

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 426 • ARALIK 2016

TİSK'TE YENİ YÖNETİM

3 GENÇ YETENEĞE 'DOKUMA
KUMAŞ TASARIM' ÖDÜLÜ

DNA'SINDA TASARIMCILIK VAR:
RAŞİT BAĞZIBAĞLI

PROF. DR. ERHAN
ASLANOĞLU YAZDI:
DÖVİZ KURLARI,
MALİYET ENFLASYONU
VE BÜYÜME

GELİNLİK ÜSSÜ İZMİR

ITMF'TEN TEKSTİL İÇİN YOL HARİTASI

TURQUALITY'DE
SÜREÇ BİLMECESİ

PERAKENDENİN
GELECEĞİ:
E-TİCARET

ULUSAL PAMUK
ZİRVESİ'NDEN
NOTLAR



**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

Eski tehditler yeni fırsatlar



Yeni yılın ilk ayında sendikamız, tekstil ve hazır giyim sektörünü yakından ilgilendiren, imzalanması beklenen Pakistan Türkiye Serbest Ticaret Anlaşması ile ilgili hem devlet hem de kamuoyunu bilgilendirmek için, sektör temsilcileriyle ortak çalışmalar gerçekleştirdi.

Bahsi geçen ticaret anlaşmasıyla ilgili sektörümüze dair çekinceleri belirten bir mektubu sendikamız adına kaleme alarak, Sayın Cumhurbaşkanımıza ilettik. İşçi sendikalarıyla da karşılıklı istişareler yaparak, kendilerinin benzer çekincelerini yine Cumhurbaşkanlığı makamına iletmelerinde vesile olduk.

Bakanlık düzeyinde sektörel paydaşlarımız TOBB, İTKİB, İHKİB, TGSD ve diğer ihracatçı birlikleri ile ortak sunumlar yaptık. Bakanlığın isteği üzerine tekstil ve hazır giyim sektöründe STA'ya konu olacak ürünlerin GTİP Gümrük Tarife Cetveli'ne göre titiz bir çalışma yürütmekteyiz. Ancak sendikamızın tavrı net bir şekilde, hiçbir taviz verilmeden tekstil ve hazır giyim ürünlerinin Pakistan STA'sında yer almaması şeklinde.

Bunun nedeni, Türkiye-Pakistan STA'sı imzalanırsa, ek vergi uygulaması ile getirilmiş olan korunma önlemleri kaldırılmış olacak. Sektör temsilcilerinin hatırlayacağı üzere Pakistan, 2011 yılına kadar Türkiye'nin tekstil ürünleri ithalatında yüzde 11'e yaklaşan pay almaktaydı. Bu tarihte başlanan ek vergi sonrası ithalatın toplam içindeki payı yüzde 4'e kadar düşmüştü. Vergilerin sıfırlanması ile bu oran kısa sürede yüzde 11'lerin de üzerine çıkacak. Çünkü Pakistan'ın başta Çin olmak üzere birçok Uzakdoğu ülkesi ile STA'ları var. Türkiye ile yapılacak STA, bu nedenle Uzakdoğu menşeli ürünlerin Pakistan üzerinden trafik sapması yaratarak ülkemize giriş yapmasına sebep olacak.

Mesele elbette bir tek Pakistan ile imzalanacak STA değil. Yıllardır, eski etkinliğini yitiren Gümrük Birliği çerçevesinde yer aldığı şekliyle Avrupa Birliği'nin (AB), üçüncü ülkelerle yaptığı STA'lar sektörü olumsuz etkilemeye devam ediyor. Vietnam-AB STA'sı bu duruma en güzel örnektir. Vietnam'da, sanayiciler çok önemli devlet destekleri alıyor ve bu sayede tüm dünyada en rekabetçi fiyatları verebiliyor. Vietnam STA'sı yürürlüğe girdiğinde, ucuz işgücü ile üretilen mallara karşı, AB'ye ihracat yapan ülkemizin rekabet şansı son derece azalacak.

Bu endişelerimize dair, Ekonomi Bakanımız Sayın Nihat Zeybekci'nin "AB'nin üçüncü ülkelerle yaptığı STA'larda taraf olmak istiyoruz" vurgusu yapmasını son derece önemli buluyorum. Pakistan STA'sı ile ilgili toplantıda yine Sayın Bakanımızın, sektörün yanında tavrı alması bizim için bir umut kaynağı olmuştur.

Dünya ticaret düzeni, Trump'ın ABD Başkanı seçilmesinin ardından tekrar şekilleniyor. Trump'ın ülkesini Trans Pasifik Ticaret Anlaşması'ndan (TPP) resmen çıkarması, çok sayıda ikili serbest ticaret anlaşmalarının önünü açacak. Asya'da stratejik müttefiklerini sağlama almak isteyen ABD, Japonya, Tayvan ve Vietnam ile ikili anlaşmalara mutlaka farklı yaklaşımlar gösterecektir.

TPP örneğinde olduğu gibi AB ile imzalanması beklenen Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı'ndan (TTİP) vazgeçmesi durumunda, Türkiye'nin mutlaka bölgesel bir güç ve stratejik ortak olarak imtiyaz istemesini sağlamalıyız. ABD ile doğrudan bir STA imzalayarak, bir türlü istediğimiz ölçüde değerlendiremediğimiz bu pazara, başta en hızlı girişi yapabilecek sektörümüzü, ardından diğer sanayi ürünlerimizi ihraç etmenin yolunu bulmalıyız. Ülkemiz menfaatleri doğrultusunda gerçekleşecek bu yol arayışımızı devletimiz ve sanayicilerimizin ortak çabalarıyla sonuçlandırabileceğimize inanıyorum.

Muharrem Kayhan

Yönetim Kurulu Başkanı

Tekstil İşveren Dergisi

Aralık 2016 Sayı: 426

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.

Türk tekstili vazgeçilmezliğini koruyor



Tekstil sanayi, tüm dünyada gelişimine rehberlik yapacak bir yol haritası arıyor. Türk tekstil sektörünü sendikamızın temsil ettiği Uluslararası Tekstil Sanayicileri Federasyonu'nun (ITMF) Hindistan'da düzenlenen 'Yeni Normalde Global Tekstil Ekonomisi' temalı konferansında bu arayış masaya yatırıldı. Yeni yönetimin de belirlendiği konferansta ITMF Başkanlığı görevi Jaswinder Bedi ile bu dönem Kenya'ya giderken, sendikamız Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan da yeniden ITMF Yönetim Kurulu Üyeliği'ne seçildi. Kayhan'ın yeniden yönetiminde yer alması ile Türkiye, dünya tekstilinin yönetimindeki vazgeçilmezliğini bir kez daha tescillemiş oldu.

Konferansa katılan sendikamız heyeti, görevi devreden eski başkan Tiankai Wang ve Çin Ulusal Tekstil ve Hazır Giyim Konseyi (CNTAC) Başkanı Ruizhe Sun'ın heyeti ile özel bir toplantı yaptı. Türk ve Çin tekstil sanayileri arasında işbirliğine yönelik çalışmalarını yürütmek üzere ikili görüşmelerin başlatılması için alınan karar da size vereceğimiz güzel haberler arasında.

Diğer bir seçim ve temsil haberi de ülkemizden... Üyesi bulunduğumuz Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) 26'ncı Genel Kurul Toplantısı, Ankara'da gerçekleştirildi. Seçimler sonrasında TİSK Yönetim Kurulu Başkanlığı'na Kudret Önen (MESS) seçildi. Yönetim Kurulu Üyemiz Nevzat Seyok, TİSK'in yeni Yönetim Kurulu Başkan Vekili oldu. Sendikamızdan Eşref Akın, Nadir Yürüktümen ve Sinan Abeş de TİSK Yönetim Kurulu'na seçildiler.

Türk markalarının dünya çapında rekabet edebilmesi amacıyla uygulanan Turquality Destek Programı'na katılan firmalarımız bu desteklerden memnun. Ancak bu yıl birçok firmanın birinci ya da ikinci 5 yıllık süreçleri dolmak üzere. Dünya markası olmanın uzun bir süreç olduğuna dikkat çeken sektör temsilcileri, programın 10 yıl ile sınırlandırılmayıp üçüncü 5 yıla uzatılması gerektiği görüşünde birleşiyor ve bu yapılırsa, şimdiye dek yaşanan olumlu etkilerin katlanarak artacağı vurgulanıyor.

Perakende sektöründe e-ticaret ekonominin güncel konuları arasında. 'Gelecek dijitalleşmede' diyoruz ve bu sayıda Amerika ve Avrupa ile karşılaştırıldığında yolun başında olduğumuz e-ticareti geliştirme yollarını inceliyoruz.

İzmir'deki Ulusal Pamuk Zirvesi, 'Milli Tarım, Milli Pamuk' sloganıyla gerçekleşti. Türkiye'nin, yaşadığımız zor günlerde dışa bağımlı olmadan üretebilmesi ve üretimde bağımsızlık politikasının gündeme geldiği zirveyle ilgili haberi sayfalarımızda bulabilirsiniz.

'İzmir' demişken, Türkiye'de dikilen 10 gelinliğin 7'sini ürettiğini biliyor muydunuz? Ülkemizin gelinlik üretim merkezi konumundaki şehirde sektör, nitelikli ara eleman yetiştirme programlarıyla kendini geliştirirken, bir yandan da Avrupa'nın en büyük gelinlik fuarına ev sahipliği yapıyor.

Yeni sayımızda tekrar görüşmek dileğiyle...

Av. Başar Ay
Genel Sekreter



14



34



52



48

- 8** Kısa haberler
- 10** Aklımızda kalanlar
- 12** Dünyada çalışma hayatı
- 14** **Tekstil sanayii için küresel yol haritası**
Uluslararası Tekstil Sanayicileri Federasyonu (ITMF), Hindistan'ın Jaipur kentindeki yıllık konferansında sektörün uzman isimlerini bir araya getirdi. Konferansta, global tekstil ekonomisi tüm yönleriyle masaya yatırıldı.
- 22** **Turquality'de süreç bilmecesi**
Dünyanın ilk devlet destekli marka geliştirme programı Turquality'nin yeni dönemde uzatılıp uzatılmayacağı konusunda ciddi kaygılar yaşıyor. Zira destek alan markaların bir kısmının süresi 2017 başında doluyor.
- 26** **Gelinlik üssü İzmir**
Türkiye'de dikilen 10 gelinliğin 7'si İzmir'den çıkıyor. Sektör, nitelikli ara eleman yetiştirme programlarıyla kendini geliştirirken, bir yandan da Avrupa'nın en büyük gelinlik fuarına ev sahipliği yapıyor.
- 30** **Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu yazdı:**
Türkiye ekonomisinde döviz kurları, maliyet enflasyonu ve büyüme
- 34** **TİSK'in 26'ncı Genel Kurulu ve 54'üncü kuruluş yıldönümü gerçekleşti**
Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) 26'ncı Genel Kurul Toplantısı ve Seçimleri, 2-3 Aralık 2016 tarihlerinde Ankara'da yapıldı. TİSK'in yeni Yönetim Kurulu Başkanı Kudret Önen (MESS) oldu.
- 40** **Gelecek dijitalleşmede!**
Türkiye'de çift haneli büyümesiyle dikkat çeken e-ticaret pazarının dikkat çeken kalemlerinden biri de, hazır giyim. Pazar fırsatlarını araştırdık.
- 48** **'Milli pamuk' çağrısı**
Üreticiden tüccara, sanayiciden üst düzey yöneticiye pamuk sektörünün önemli aktörleri, İzmir'deki Ulusal Pamuk Zirvesi'nde buluştu. Zirve, 'Milli Tarım, Milli Pamuk' sloganıyla gerçekleştirildi.
- 52** **Doğadan ilhamla dokudular**
'Bambu', 'Yosun Etkisi', 'Lightning'... Güzel sanatlar fakültelerinden yetişen üç genç, Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın kazananları oldu.
- 56** **Aileden tasarımcı: Raşit Bağzıbağlı**
Pek çok gelinin hayalini gerçekleştiren tasarımcı Raşit Bağzıbağlı'nın DNA'sında bu meslek var. Bağzıbağlı ile Türkiye'de tasarımcı olmayı konuştuk.
- 60** Kültür sanat
- 64** İngilizce özetler
- 66** Fuar takvimi



30



56



40



22



26



Dünya Bankası, büyüme tahminini düşürdü

Dünya Bankası, Türkiye'deki son gelişmelerle birlikte yılın ikinci yarısında büyümenin yavaşladığını belirterek, büyüme tahminini yüzde 3.5'ten yüzde 3.1'e indirdi. Dünya Bankası Türkiye Ülke Direktörü Johannes Zutt, jeopolitik gelişmelerin yurtiçindeki belirsizlikleri artırdığını belirterek, büyümenin 2017'de tekrar yüzde 3.5'e çıkacağını, ancak özel sektör yatırımlarının yine zayıf kalmasını beklediklerini söyledi. Rusya'nın yaptırımlarının kaldırılmasının net ihracatta iyileşme sağladığını kaydeden Zutt, "Ancak iş dünyasında güvenin yeniden tesis edilmesini ve yatırım ortamını iyileştirmeyi amaçlayan yapısal reformlar orta vadede özel yatırımların kademeli olarak artmasına yardımcı olacaktır" dedi. Dünya Bankası, Türkiye'nin makroekonomik değişkenlerine ilişkin tahminlerini üç ayda bir yayınlıyor.



Yatak yarasını engelleyen çarşafa yoğun talep

Denizli'de üretilen ve hastalarda yatak yarasını engelleyen çarşafa ilgi büyük. Ürün, uzun süre yatağa bağımlı yaşayan hastalarda oluşabilen baskı yaralarını engelliyor ve kumaşın yumuşaklığı sayesinde sürtünmeyle oluşan yaraların önüne geçiyor. Tekstil ürünleri imalatı yapan girişimci İsa Dal'ın Pamukkale Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Ar-Ge bölümüyle geliştirdiği ve TÜBİTAK tarafından desteklenen proje çerçevesinde üretilen ürünler, yaklaşık 3 yıllık test sürecini geçti ve seri üretime başlandı. Dal, "ABD, Almanya, İngiltere, İsviçre, Avusturya, Hollanda, Fransa, İskandinav ülkelerinin tamamı, Rusya, İsrail ve Çin gibi ülkelerde bayilik sözleşmesi imzaladık" dedi.

Avrupa Merkez Bankası'ndan ekonomik tahminler

Avrupa Merkez Bankası (ECB), Euro Bölgesi'nde manşet enflasyon oranlarının yıl başında yüzde 1'in üzerine çıkabileceği değerlendirmesinde bulundu. "Enflasyon oranlarının, büyük ölçüde enerji fiyatlarındaki yıllık değişim oranındaki baz etkilere bağlı olarak, yılın başında yüzde 1'in üzerine çıkması muhtemel" yorumunu yapan ECB, küresel faaliyetin yılın ikinci yarısında iyileştiğini ve kriz öncesi hızının altında kalmasına rağmen bu faaliyetin güçlenmeye devam etmesinin beklendiğini belirtti. ECB, şu an ABD ve küresel görünüm hakkındaki belirsizliğin arttığını kaydederek, "Çin'in büyümesinin kademeli olarak yavaşlaması diğer gelişen ekonomileri de etkilerken, büyük emtia ihraç eden ülkelerdeki derin durgunlukların kademeli olarak hafifletilmesi giderek küresel büyümeyi destekliyor" ifadesini kullandı.



Yurtdışından gümrüksüz alışveriş limiti düştü

Yurtdışından gümrük vergisi ödemeden alışveriş yapma limiti, 75 Euro'dan 30 Euro'ya düşürüldü. Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci, e-ticaret yoluyla ithal edilen ürün ve siparişlere gümrük muafiyet oranlarının çok yüksek olduğunu belirterek, "Yurtdışından 75 Euro'ya kadar yapılan siparişler Türkiye'ye gümrüksüz girebiliyor, bu da haksız rekabete yol açabiliyor. Bunu 30 Euro'ya düşürdük" dedi. Tüfenkci, "Bizim e-ticaret firmaları yurtdışına mal gönderdiğinde gümrüklerde karşılaştığı oranlarla, bizim yurtdışından e-ticaret yoluyla ithal edilen ürünlere ve siparişlere gümrük muafiyet oranlarımızın çok yüksek olduğunu gördüm" açıklamasında bulundu. Avrupa bunu 22.5 Euro olarak uyguluyor.



Dünyanın en eski bankasını devlet kurtarıyor

Sermaye artırımı krizini çözemeyen İtalyan bankası Monte dei Paschi di Siena için, İtalyan hükümeti kurtarma fonunu devreye sokuyor. İtalya Başbakanı Paolo Gentiloni, ekonomiye zarar veren ve bir süredir devam eden bankacılık krizini sonlandırmak adına kabinesinin başta Monte dei Paschi olmak üzere, stres altındaki bankalara destek olmak amacıyla 20 milyar Euro'luk bir fonu onayladığını açıkladı. Kurtarma operasyonu Avrupa Birliği kuralları çerçevesinde gerçekleşecek. Dünyanın en eski ve İtalya'nın üçüncü büyük bankası olan Monte dei Paschi, özel sektör ve yatırımcılardan 5 milyar Euro sermaye temin etmeyi başaramamıştı.



İşsiz sayısı 420 bin kişi arttı

İşsizlik eylül ayında, geçen yılın aynı dönemine göre 1 puan artarak yüzde 11.3'e yükseldi. Türkiye İstatistik Kurumu'nun açıkladığı verilere göre, Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı, eylülde geçen yılın aynı dönemine göre 420 bin kişi arttı ve 3 milyon 523 bin kişiye ulaştı. Bir önceki ayla kıyaslandığında ise işsizlik oranı aynı kaldı. Eylülde tanım dışı işsizlik 1.3 puanlık artışla yüzde 13.7 olarak tahmin edildi. 15-24 yaş grubunu içeren genç işsizlik oranı 1.4 puanlık artışla yüzde 19.9; 15-64 yaş grubunda 1.1 puanlık artışla yüzde 11.6 oldu.

Telefona 20, bilgisayara 10 Euro bandrol ücreti

Yurtdışından getirilecek cep telefonu, bilgisayar, televizyon, uydu alıcısı gibi cihazlara yönelik bir defaya mahsus olmak üzere alınacak ücretler belli oldu. Buna göre, 2017 yılında cep telefonları için 20, bilgisayar ve tabletler için 10, oto radyosu için 3, pilli radyo için 3, video için 18 Euro bandrol ücreti ödenecek. 51-148 ekran arası TV'ler için, ekran boyutuna göre 10-80 Euro arasında değişen miktarlarda bandrol ücreti alınacak.



Konut satışında rekor bekleniyor

Konut satışlarının yıl başı itibarıyla en az 1 milyon 300 bini bulması ve yeni bir rekor kırması bekleniyor. Konut satışları, yılın 11 ayında, 2015'in aynı dönemine göre yüzde 4.5 artarak 1 milyon 200 bine dayandı. Satışlar, kasım ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre de yüzde 25.1 arttı. Türkiye İstatistik Kurumu'na (TÜİK) göre, İstanbul 22 bin 499 konut satışı ve yüzde 17 ile en yüksek paya sahip il. Ülke genelinde ipotekli konut satışları da bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 71.4 arttı.





Malezya ve Pakistan ticareti artıracak

Pakistan ve Malezya tarife hatlarındaki vergilerin azaltılması için görüşüyor. Aralık ayında Kuala Lumpur'da düzenlenen 'Pakistan ile İş Yap' seminerine 200'den fazla Malezya şirketi ve Pakistanlı işadamları katıldı. Malezya'daki Pakistan Yüksek Komiseri Syed Hasan Raza, iki ülke arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması'nın sayısız fırsat sağladığını belirtti. Ticareti artırmak için ürünlerin çeşitlendirilmesi oldukça önem taşıyor.



Çin online'da büyüyor

Çin'deki online perakende satışlarının 2020 yılına kadar büyümesi bekleniyor. Alman istihbarat şirketi Ystats. com raporuna göre, ülkedeki online perakende satışları önümüzdeki 4 yıl içinde en az yüzde 20 büyüyecek ve Çin'in küresel e-ticaret satışlarındaki payını yükseltecek. Rapora göre, firmadan müşteriye (B2C) e-ticaretin, bu büyümede büyük katkısı olacak. Rapor, Çin'de mobil ticaretin de büyüdüğünü gösteriyor. Mobil alışverişin, birkaç yıl içinde online alışverişin neredeyse 4'te 3'ünü oluşturması bekleniyor.

Hint pamuğuna yasakta geri adım

Pakistan, Ulusal Gıda Güvenliği ve Araştırma Bakanlığı'nın geçen ay Karaçi limanı ve Wagah sınırından yapılan Hint pamuk ithalatına koyduğu yasağı kaldırdı. Wagah sınırından Hint pamuğu ithali için izin belgeleri verilmeye başlandı. Ülke, bitki karantina kurallarının ihlalini gerekçe göstererek, Hindistan'dan gelen 10 bin balya pamuğun sevkiyatını geri çevirmişti. Sınırdaki yükselen tansiyonun sebebinin de, geçen ay 3.3 milyon dolar değerindeki pamuğun geri gönderilmesi olduğu düşünülüyor.



İngiltere'de enflasyon zirvede

İngiltere'de enflasyon, kasım ayında son iki yıldaki en yüksek değerine ulaştı. Tüketicilerin, teknoloji ürünlerine ödediği fiyatlar üzerindeki Brexit etkisi ve daha pahalı kıyafetler enflasyonu artırdı. Tüketici fiyatları bir önceki yılın kasım ayına kıyasla yüzde 1.2 artış gösterdi ve bu yılın ekim ayına göre de yüzde 0.9'luk yükselişle 2014 Ekim'inden beri görülen en yüksek seviyesine ulaştı. Sterlin, ABD Doları'na göre yüzde 15, Euro'ya göre yüzde 8 değer kaybetti. İthal mallar pahalandığı için tedarikçiler ve perakendeciler arasında kâr mücadelesi başladı. Üretici fiyatları yıllık oranları ise 4 yıldan fazla süre içindeki en hızlı artışını gösterdi.



AB'de sanayi üretimi düştü

Avrupa Birliği İstatistik Ofisi'nin (Eurostat), 2016 yılı eylül ve ekim ayları karşılaştırılmasında, mevsimsel etkilerden arındırılmış sanayi üretimi Euro Bölgesi'nde yüzde 0.1, AB-28'de yüzde 0.3 azaldı. Düşüşün nedeni, dayanıklı olmayan tüketim malları ve ara malların üretimi düşerken, enerji, yatırım ve dayanıklı tüketim malları üretiminin artması. 2016 Ekim'i ile 2015'in aynı dönemi karşılaştırıldığında, sanayi üretimi Euro Bölgesi'nde yüzde 0.6 ve AB-28'de yüzde 0.5 artış gösterdi. Üye ülkelere bakıldığında sanayi üretimindeki en büyük düşüş İrlanda (yüzde -6.5), Malta (yüzde -5.7) ve Lüksemburg'da (yüzde -2.2) kaydedildi. En yüksek artış ise Yunanistan (yüzde 7), Letonya (yüzde 6.7) ve Slovenya'da (yüzde 6.6) gözlemlendi.

Nepal artık daha rekabetçi

Nepalli yerel hazır giyim üreticileri, toplam ihracat değeri üzerinden devletten yüzde 10 ihracat teşviki sağlanmasını talep etti. Amaç, üretim maliyetlerini düşürmek ve ihracatı artırmak. Nepal giysileri, yüksek üretim maliyetleri nedeniyle, diğer ülkelere nazaran, uluslararası pazarda yüzde 18 daha pahalı. Nepal Hazır Giyim Birliği (GAN) Başkanı Chandi Aryal, Nepal ve Bangladeş'in 80'li yıllarda hazır giyim ihracatına başladığını, buna karşın Nepal'in ihracatta geri kaldığını kaydetti. Aryal, Bangladeş hükümetinin yerel giyim üreticilerine sağladığı yüzde 10 ihracat teşvikiyle bu ülkenin yılda 28 milyar Rupi değerinde kıyafet ihraç ederken, Nepal'in sadece 5 milyar Rupi'de kaldığını aktardı.



Nakit krizinin pamuğa etkisi sınırlı

Hindistan'daki nakit krizinin küresel pamuk piyasalarına etkisi sınırlı oldu. 2016-17 dönemi küresel pamuk talebinin az ve üretiminin yüksek olmasına rağmen, uluslararası pamuk fiyatı dönemin ilk 4 ayı süresince Cotlook A Endeksi ortalama olarak 79 cent/lb ile yüksek kaldı. 2015-16 dönemindeki beklenmeyen üretim artışı, dünya stoklarında ve Çin dışarı stoklarında yüzde 14 azalmaya neden oldu, ki bu da son dönem fiyatlarını yükseltti. 2015-16 dönemi ürünleri yalnızca uluslararası pazara ulaştığından fiyatlar yüksek kaldı. Ayrıca, Hindistan'ın dünyanın en büyük pamuk üreticisi ve en büyük ikinci ihracatçısı olması, ülkedeki nakit para krizini geçici süreliğine daha da şiddetlendirdi. Hint ekonomisinin büyük kısmı nakit para ile işletildiğinden, yeni senetlerin yetersiz ödeneği nakit krizine yol açtı. Bu da, yerel pazarda pamuk satışının, limanlardan sevkiyatın ertelenmesine ve küresel pazarda tedarikçilerin azalmasına neden oldu. Yakın gelecekte sorun büyük olasılıkla çözüleceğinden, etkisinin sınırlı olması bekleniyor.



AB'de GSYH arttı

Avrupa Birliği İstatistik Ofisi'nin (Eurostat) tahminlerine göre, mevsimsel etkilerinden arındırılmış GSYH, bu yılın 3'üncü çeyreğinde, bir önceki çeyrekle karşılaştırıldığında, Euro Bölgesi'nde (AB-19) yüzde 0.3, AB-28'de yüzde 0.4 arttı. Geçen yılın aynı çeyreği ile karşılaştırıldığında ise bu oranlar Euro Bölgesi'nde yüzde 1.7, AB-28'de yüzde 1.9 artış gösterdi. Aynı çeyrekte Birleşmiş Milletler'de GSYH bir önceki çeyrek ile karşılaştırıldığında yüzde 0.8, geçen yılın aynı çeyreğine göre ise yüzde 1.6 büyüdü. Üye ülkelere bakıldığında; bir önceki çeyreğe göre bu dönemde en yüksek büyümeyi Hırvatistan (yüzde 1.7), Slovenya (yüzde 1), Yunanistan ve Portekiz (yüzde 0.8) kaydetti. En düşük büyüme ise, Litvanya'da (yüzde 0.1) görüldü.



Özbekistan'dan sendikalaşma açılımı

Özbekistan, 12 Aralık'ta, 87 Sayılı Sendika Özgürlüğü ve Sendikalaşma Hakkının Korunması Sözleşmesi'ni onayladı. Böylece Özbekistan, ILO'nun bu temel sözleşmesini onaylayan 154'üncü üye devlet oldu. Söz konusu onay, ülkenin, çalışma hayatında temel hakların desteklenmesi ve uygulanması yolunda kararlılığının kanıtı olarak görülüyor. Özbekistan ve ILO arasında 2014'te imzalanan İnsana Yakışır İş Ülke Programı çerçevesinde yoğun bir işbirliği başlamıştı. Bu onay da işte bu sıkı çalışmanın sonucu olarak değerlendiriliyor.



OECD bölgesinde 38.8 milyon işsiz

OECD işsizlik oranı, 2016 yılının Ekim ayında yüzde 0.1 puan düşüşle yüzde 6.2'ye geriledi. OECD bölgesinde 38.8 milyon kişi işsiz durumda. Bu rakam, 2013 yılının Ocak ayındaki en yüksek işsiz sayısından 10.2 milyon daha az, ancak kriz öncesinde 2008 yılının Nisan ayındaki işsiz sayısından 6.2 milyon fazla. Euro Bölgesi'nde ise Ekim 2016'da işsizlik oranı yüzde 0.1 puan azalarak yüzde 9.8 oldu. Euro Bölgesi'nde ülkeler bazında işsizlik oranı yüzde 0.2 puan düşüşle, Avusturya'da yüzde 5.9, Fransa'da yüzde 9.7, İrlanda'da yüzde 7.5, Letonya'da yüzde 9.5 ve Slovak Cumhuriyeti'nde yüzde 9.1 olarak gerçekleşti. Ekim 2016 işsizlik oranı, Euro alanı haricinde Kanada'da (yüzde 7.0) ve Japonya'da (yüzde 3.0) değişmeden aynı kaldı. Diğer taraftan Meksika'da yüzde 0.3 puan düşüşle yüzde 3.6 ve ABD'de yüzde 0.1 puan düşüşle yüzde 4.9'a geriledi. ABD'de daha güncel veriler, Kasım 2016'da işsizlik oranının yüzde 0.3 puan azalarak yüzde 4.6'ya düştüğünü gösteriyor. OECD genç işsizlik oranı ise (15-24 yaş aralığında olanlar) Ekim'de yüzde 12.8 olarak gerçekleşti. Euro Bölgesi'nde genç işsizlik oranı yüzde 20.7 olarak kaldı.



Global ücret artışı 4 yılın en düşük seviyesinde

ABD ve Almanya dahil olmak üzere, kimi gelişmiş ekonomilerdeki ücret iyileşmesi, gelişmekte olan ve gelişme yolundaki ülkelerdeki düşüşü dengelemeye yetmedi. Dünyada ücret artışı 2012'den itibaren yavaşladı, yüzde 2.5'ten 2015'te yüzde 1.7'ye düştü. Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 2016-17 Global Ücret Raporu'na göre, tüm ülkelerden daha yüksek ücret artışının kaydedildiği Çin hesaba katılmasaydı global ücret artışı yüzde 0.9'a düşerdi. 2008-09'daki finansal krizi takip eden dönemin büyük bölümünde, global ücret artışında, gelişmekte olan ülke ve bölgelerdeki nispeten güçlü ücret artışı etkili oldu. Ancak yakın zamanda bu eğilim yavaşladı veya tersine döndü. Gelişmekte olan ve gelişme yolundaki G20 ülkelerinde reel ücret artışı 2012'deki yüzde 6.6'dan 2015'te yüzde 2.5'e düştü. Buna karşın, gelişmiş G20 ülkelerinde reel ücret artışı 2012'deki yüzde 0.2'den 2015'te yüzde 1.7'ye yükseldi. Bu, son 10 yılın en yüksek artışı.



İnsana yakışır iş için çağrı

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) Endonezya Bali'de düzenlediği 16'ncı Asya-Pasifik Bölge Toplantısı'nda, bölge hükümetleri ile işçi ve işveren kuruluşlarına, kapsayıcı büyüme, insana yakışır iş ve sosyal adalet için daha fazla çalışma yapma çağrısında bulunuldu. Toplantıda kabul edilen Bali Deklarasyonu'nda, bu gibi çalışmaların ekonomik dinamizmi ve inovasyonu artıracağı, sürdürülebilir kalkınmayı sağlayacağı belirtildi. Bu kapsamda, temel çalışma standartlarının daha iyi uygulanması, ILO sözleşmelerinin onaylanması ve yürürlüğe konulması hedefleniyor. Toplantıda, cinsiyet ayrımının ortadan kaldırılması, kadınların işgücüne katılımı, eşit değerdeki işe eşit ücret ödenmesi, anneliğin korunması gibi ilave tedbirler de ele alındı.

Mesleki Beceri Haftası'na büyük ilgi

Avrupa genelinde, 5-9 Aralık 2016 tarihleri arasında düzenlenen Avrupa Mesleki Beceri Haftası'nın ilkinde 700 bin kişi katıldı. Hafta kapsamında, Brüksel başta olmak üzere Avrupa'da 900'den fazla etkinlik gerçekleştirildi. Ulusal seviyede hafta boyunca en fazla etkinliğe İspanya, Macaristan ve Hırvatistan sahne oldu. Çalıştayın amacı, mesleki eğitim ve öğretimin beceri, istihdam, inovasyon ve rekabet gücü açısından rolünü ortaya koymak ve katılımcıların yetenek ve kabiliyetlerini nasıl kullanabileceklerini keşfetmelerini sağlamaktır. Hafta boyunca, yetişkin öğrenimi ve yeniden beceri kazanımı, genç istihdamı, çıraklık ve mobilite gibi pek çok konu ele alındı.



Tunus'ta sendikalar güçleniyor



İndüstriAll Global İşçi Sendikası'nın desteğiyle Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da, tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik kapsamlı örgütlenme kampanyası olumlu sonuçlar veriyor. Tunus'ta tekstil ve hazır giyim sendikaları güçlü bir büyüme kaydediyor. Tunus'ta,

Tekstil, Hazır Giyim, Ayakkabı ve Deri Federasyonu'nu (FGTHCC-UGTT) destekleyecek çalışmalar yapıldı, fabrikalara ve sanayi bölgelerine ziyaretler düzenlendi, eğitimler verildi, kadınlar ve gençler harekete geçirildi. Sonuç, bir yıl içinde etkileyici bir büyüme. Tunus'ta, sendika üyeliği bir yıl öncesine göre yüzde 7 oranında arttı. Tunus, H&M, Zara, Calvin Klein, Benetton ve GAP gibi başlıca markalara imalat yapıyor. Ancak sektörün büyüklüğüne ve önemine rağmen, düşük yatırım seviyesi, düşük katma değer gibi sıkıntılar mevcut. Bölgede tekstil ve hazır giyim tedarikçisi başlıca ülkeler ise Mısır, Ürdün, Tunus, Fas ve Cezayir.

Bangladeş'te çalışma şartları iyileşiyor

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Genel Müdürü Guy Ryder, Bangladeş'te çalışma şartlarında kaydedilen ilerlemeyi övdü. Ülkenin konfeksiyon sanayiini daha güvenli hale getirmek ve çalışma şartlarını iyileştirmek için 2013'ten beri önemli yol kat ettiğini belirten Ryder, ancak yapılması gerekenlerin henüz bitmediğini kaydetti. ILO Genel Müdürü, 'orta gelir seviyesindeki ülke' statüsüne ilerleyen ülkede, ekonomik dinamizmin sosyal gelişmeyle uyumlu olması gereğine ve ekonomik büyümenin yarattığı faydaların adil paylaşımına dikkat çekti. Ryder, 10-13 Aralık 2016 tarihlerinde Bangladeş'teydi. ILO, ülkenin hazır giyim sanayiinde sosyal diyalog ve uyumlu endüstriyel ilişkiler sistemi kurmayı amaçlayan bir projeyi devreye soktu. Ayrıca AB finansmanında yeni bir beceri programı da başlatıldı. İlâveten, hazır giyimde çalışma şartlarını iyileştirmek üzere Bangladeş, Hollanda, İngiltere ve ILO arasında niyet anlaşması imzalandı.



Fransa'da şirketlere yeni sorumluluk

Fransız Ulusal Meclisi, tedarik zinciri sorumluluğuna dair yasa onayladı. Fransız Ulusal Meclisi'nin 29 Kasım'da onay verdiği yasa kapsamında, 5 binin üzerinde çalışanı olan Fransız şirketleri, gerek kendilerinin gerekse de tedarikçilerinin faaliyetleri sonucunda



çevre ve insan hakları alanında doğabilecek riskleri belirlemek üzere tedbir alacak veya ayrıntılı inceleme planı uygulayacak. Mevzuatın yasalaşp yürürlüğe girmesi için Senato onayı gerekiyor. Fransa'da 10 binden fazla çalışanı istihdam eden çöküşlü şirketler için de geçerli olacak yasa, ülkedeki yaklaşık 150 şirkete tedarik zincirleri konusunda yasal yükümlülük getiriyor.

Sri Lanka'da iş ihlalleri

İndüstriAll Global İşçi Sendikası, Temiz Giysi Kampanyası (CCC) ve Uluslararası İşçi Sendikaları Konfederasyonu (ITUC), Avrupa Birliği'ne, Sri Lanka'ya AB pazarına tercihli erişim imkânı sağlamadan önce, ülkedeki işçi haklarının iyileştirilmesi için yol haritası hazırlama çağrısı yaptı. Sri Lanka, Haziran 2016'da, AB'nin Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi'nden (GTS) faydalananabilen gelişmekte olan ülkeler listesine dahil edilmek için tekrar müracaatta bulunmuştu. GTS, AB pazarına daha yüksek seviyede giriş imkânı sağlıyor, ancak müracaat eden ülkenin ciddi insan hakları ihlalleri olmaması gerekiyor. Ülkedeki İndüstriAll üyeleri, temel ILO sözleşmelerine uyulmadığını, cinsiyet ayrımcılığı, cinsel taciz, tehlikeli çalışma ortamı, örgütlenme özgürlüğünün engellenmesi gibi ihlaller olduğunu bildiriyor.



Tekstil sanayii için küresel yol haritası

Uluslararası Tekstil Sanayicileri Federasyonu (ITMF), Hindistan'ın Jaipur kentindeki yıllık konferansında sektörün uzman isimlerini bir araya getirdi. Sendikamızın da bir heyetle katıldığı konferansta, global tekstil ekonomisi tüm yönleriyle masaya yatırıldı ve tekstil sanayiinin gelişimine rehberlik edecek bir yol haritası için görüş alışverişi yapıldı.



Uluslararası Tekstil Sanayicileri Federasyonu'nun (ITMF) düzenlediği, 'Yeni Normalde Global Tekstil Ekonomisi' temalı 2016 Konferansı, 17-19 Kasım arasında Hindistan'ın Jaipur kentinde yapıldı. Sendikamız, Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan, İkinci Başkan Ahmet Hamdi Topbaş, Yönetim Kurulu Üyeleri Orhan Harmancı ve Mustafa Denizer ile Genel Sekreter Yardımcısı Levent Oğuz'dan oluşan bir heyetle konferanstaydı.

Konferansın resmi açılış oturumunda, ITMF Başkanı Tiankai Wang ve konferansa ev sahipliği yapan Hindistan Tekstil Sanayii Konfederasyonu (CITI) Başkanı Naishadh Parikh ve Hindistan Tekstil Müsteşarı Rashmi Varma birer konuşma yaptı. Konferansın onur konuğu Hindistan Tekstil Bakanı Smriti Irani'ydi.



Konferansın genel oturumlarında 'Hindistan Tekstil Sanayii', 'Tekstil Değer Zinciri', 'Perakende/E-Ticaret' ve 'Teknik Tekstiller ve Nonwoven' konularında sunumlar yapıldı. Elyaf Oturumu'nda da 'pamuk' ve 'yapay elyaflar' alanında konusunda uzman kişiler konuşma yaptılar. Ayrıca, konferans programı kapsamında ITMF'in sektörel komite toplantıları ve Yönetim Kurulu toplantısı gerçekleştirildi.

Yeni başkan belli oldu

Konferansta yapılan Yönetim Komitesi toplantısında, Jaswinder Bedi (Kenya) ITMF Başkanlığı'na seçildi. Jaswinder Bedi, Afrika Pamuk ve Tekstil Sanayii Federasyonu

Sendikamız Başkanı Muharrem Kayhan, ITMF Yönetim Kurulu Üyeliği'ne tekrar seçildi.



ACTIF'in Yönetim Kurulu Başkanı ve Bedi Investments Kenya'nın Genel Müdürü olarak görev yapıyor. Ayrıca, Kihak Sung (G. Kore) ve Ruizhe Sun (Çin) Başkan Yardımcısı, Peter Gnaegi (İsviçre) Mali İşler Sorumlusu olarak seçildi. Sendikamız Başkanı Muharrem Kayhan da ITMF Yönetim Kurulu Üyeliği'ne tekrar seçildi.

Sendikamız heyeti, konferans vesilesiyle, ITMF Başkanı ve aynı zamanda Çin Ulusal Tekstil ve Hazır Giyim Konseyi (CNTAC) eski Başkanı

gelişimine rehberlik yapacak yol haritasının aranacağını, bu çabanın pragmatik bir önem taşıdığını vurguladı. 'Yeni Normal'in Çin ekonomisindeki dönüşüm süreci ile yakından bağlantılı olduğunu, gelişmiş dünyada ise 'Yeni Normal' ifadesinin 2008'deki finansal kriz neticesinde global ekonomide büyüme oranının yavaşlaması ile ilişkili olduğunu belirten Tiankai Wang, tekstil sanayiindeki global yavaşlamanın dünya ekonomisindeki

üretim yapısının oluşacağını belirtti.

Wang, tekstil sanayiinin sağlıklı ve sürdürülebilir gelişimi için şu noktalara dikkat çekti:

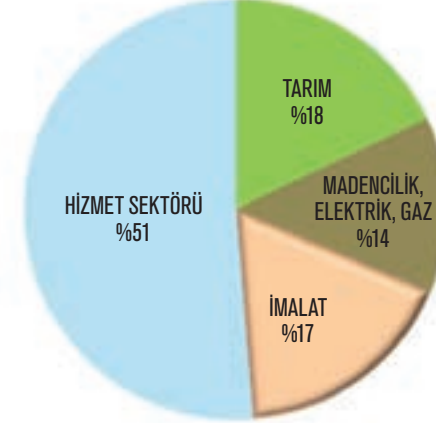
- Yetenekler ile kapasite geliştirmek, yaratıcılığı ortaya çıkarmak için temel bir unsur.
- Sürdürülebilir büyüme için çevreci gelişme ve uygarlaşma önemli.
- Bütünsel faydaları artırmak için piyasa talebi öncelik taşıyor.

Hindistan'ın GSYH'sı

'Hindistan'da Tekstil Sanayii' konulu 1. Genel Oturum'da moderatörlük yapan Arvind Singhal (Technopak, Hindistan) 'Hindistan Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiine Genel Bakış' konulu sunumunda şu hususlara değindi:

- Hindistan'ın GSYH'sı 2015'te 2.1 trilyon dolar tutarında ve 2020-21'de nominal olarak 3.1 trilyon doları aşması öngörülüyor. Tekstil ve hazır giyim sektörü, Hindistan'ın toplam GSYH'sı içerisinde yüzde 5.4, imalat sanayiinde ise yüzde 12 paya sahip.
- Tekstil ve hazır giyim sanayiinin üretim değeri 2015'te yaklaşık 104 milyar dolar değerinde (hem yurtiçi tüketim hem de ihracat dahil) ve

HİNDİSTAN'IN GSYH DAĞILIMI



yapılan projeksiyona göre yıllık ortalama yüzde 9 artış ile 2025 yılına kadar yaklaşık 238 milyar dolara ulaşması öngörülüyor. Bu büyümede yurtiçi piyasanın etkisi yüksek.

- Global tekstil ve hazır giyim ihracatında ürün bazında ülkelerin payları incelendiğinde, Çin'in iplik, kumaş, hazır giyim ve bitmiş ürün ihracatında en yüksek paya sahip olduğu görülüyor. Hindistan'ın ise global ihracatta payı elyaf, iplik, bitmiş ürün ve halılarda nisbi olarak daha yüksek.

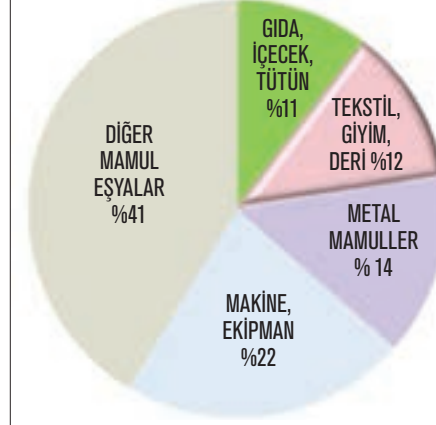
- Hindistan'ın yurtiçi tekstil ve hazır giyim piyasası 2014 yılı itibariyle 64 milyar dolar değerinde. Bunun yüzde 30'u tekstil (19 milyar dolar) ve yüzde 70'i hazır giyimden (45 milyar dolar) oluşuyor. Hazır giyimin sadece yüzde 20'si organize sektörde yer alıyor. Erkek giyimi 19.1 milyar dolar ile yüzde 42 paya, kadın giyimi 17 milyar dolar ile yüzde 38 paya ve çocuk giyimi ise 9.2 milyar dolar ile yüzde 20 paya sahip.

Hindistan tekstil ve hazır giyim sanayiinin başlıca güçlü yönleri:

- Hükümetin imalat sektörüne ve tekstile büyük önem vermesi,
- Elyaftan bitmiş ürüne kadar değer zincirinin nispeten tam ve güçlü olması,
- İşgücü ve enerji maliyetlerinin rekabet edebilir seviyede olması,
- Yurtiçi tekstil ve hazır giyim tüketiminde güçlü büyüme.

Hindistan tekstil ve hazır giyim sanayiinde büyümeyi engelleyici

HİNDİSTAN'IN İMALAT SANAYİİ DAĞILIMI



başlıca faktörler ise şöyle:

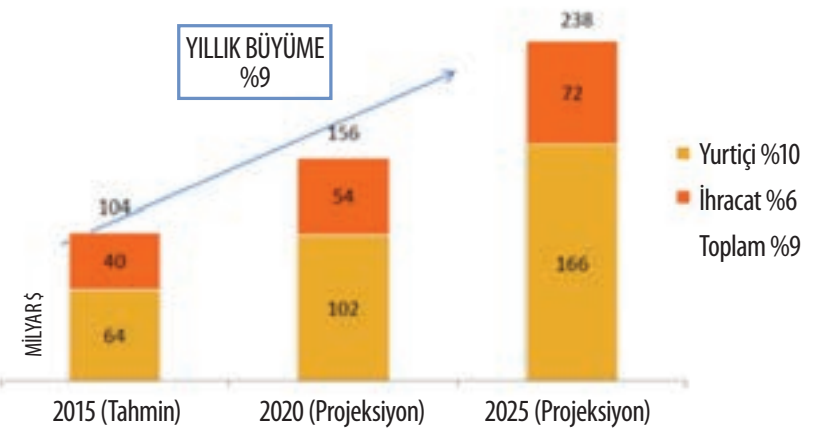
- Global rekabete dayalı bir ölçek olmaması,
- Verimli bir tedarik zincirinde darboğaza yol açan altyapı sorunları,
- Yüksek katma değerli kumaş ve pamuklu olmayan hazır giyimde

nispeten daha az yatırım,

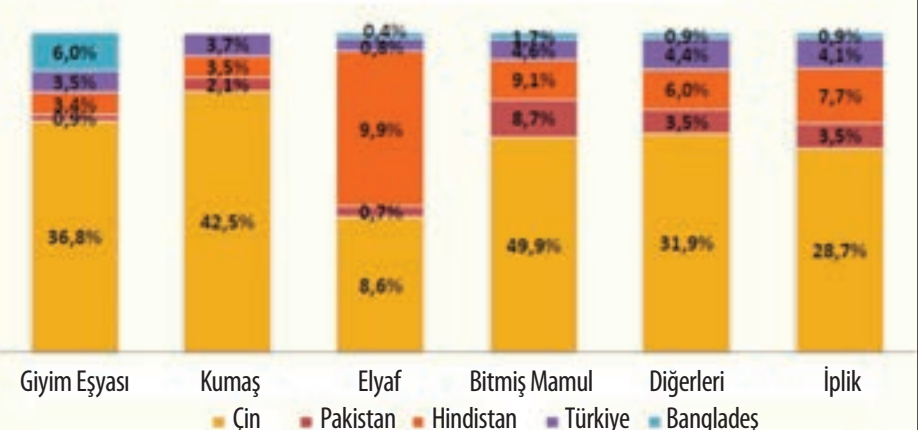
- Kalifiye işgücünün yetersiz olması ve bunun düşük verimliliğe yol açması,
- ABD ve AB gibi önde gelen ithalatçı ülkelerle serbest ticaret anlaşmalarının, tercihli gümrük vergileri ile pazara giriş imkânlarının bulunmaması.

'Hindistan Tekstil Sanayii' konulu 1. Genel Oturum'da Arvind Singhal'in sunumundan sonra, panelde Sanjay Jain (TT Ltd.), Siddhartha Bindra (Biba Apparels) ve Jagadish Hinduja (Gokaldas) konuşma yaptı.

'Tekstil Değer Zinciri' konulu 2. Genel Oturum, ITMF Başkan Yardımcısı Jas Bedi'nin moderatörlüğünde gerçekleşti. Oturumda Hande Diltemiz (H&M Hindistan) 'Tedarik Stratejilerinde Sürdürülebilirlik Etkisi', Giuseppe Gherzi (Gherzi Textile Organisation, İsviçre) 'Tekstil ve Perakende: Değişen



Global Tekstil ve Hazır Giyim İhracat Payı (%), 2015



Gelişmiş dünyada 'Yeni Normal' ifadesi, 2008'deki kriz neticesinde global ekonomide büyüme oranının yavaşlamasıyla ilişkili.

Tiankai Wang, yeni Başkanı Ruizhe Sun ve heyeti ile özel bir toplantı yaptı. Söz konusu toplantıda, Türk ve Çin tekstil sanayileri arasında işbirliğine yönelik çalışmalar yürütmek üzere ikili görüşmelerin başlatılması kararlaştırıldı.

Tekstil sanayiinin gelişim rotası

Resmi açılış oturumunda konuşma yapan ITMF Başkanı Tiankai Wang, 'Yeni Normalde Global Tekstil Ekonomisi'nin tartışılacağı konferansta, tekstil sanayiinin

yeni şartlara göre normal bir değişim olduğunu söyledi. Wang, farklı ülkeler ve bölgelerde tekstil ekonomisinin hem fırsatlar hem de daha önceden görülmemiş zorluklar ile karşı karşıya olduğu yeni bir sürece girdiğini ifade etti.

Tiankai Wang, 'Yeni Normal'de tekstil sanayiinin ekonomik iyileşme için önemli bir itici güç oluşturacağını, geleneksel büyüme yapısından daha verimli bir büyüme modeline yön değiştireceğini, yeni ürünler, yeni teknolojiler ve yeni iş modellerinin artışı ile akıllı, esnek ve dijital bir

Tekstil katma değer zinciri (2020, milyon ton)



İlişki', Lena Julle (IKEA, İsveç) 'Daha Sürdürülebilir Bir Tekstil Değer Zinciri için Malzemede ve İmalatta İnovasyon', Ruizhe Sun (CNTAC, Çin) 'Çin Tekstil Sanayiinin Analizi ve Genel Görünümü' ve Stephen Lamar (AAFA, ABD) 'ABD Seçimlerinden Sonra Ticaret Politikası' konulu sunumlar yaptı.

2020 projeksiyonu

Gherzi'nin tekstilde katma değer zincirine ilişkin 2020 yılı projeksiyonuna göre; dünya elyaf tüketimi toplam 99 milyon ton, iplik ve filament üretimi 96 milyon ton, tekstil yüzeyleri üretimi 97 milyon ton, nihai ürünler 94 milyon ton olacak.

Tekstil uygulamalarında elyaf tüketiminin dağılımı: 43 milyon ton filament (bunun içinde 39 milyon ton sentetik filament, 0.5 milyon ton viskoz), 50 milyon ton kısa elyaf (bunun içinde 19 milyon ton sentetik elyaf, 6.5 milyon ton viskoz elyaf, 25 milyon ton pamuk) ve 6 milyon ton uzun elyaf olarak hesaplandı.

Kısa elyaf iplik üretimi 11 milyon ton open-end, 29 milyon ton ring ve 2 milyon ton hava jetli olmak üzere toplam 42 milyon ton, uzun elyaf iplik üretimi ise 6 milyon ton olarak öngörülüyor.

Katma değer zincirinde elyaftan başlayarak iplik ve filament, tekstil yüzeyleri (dokuma, örme, dantel, nonwoven, kompozit), tekstil terbiye ve konfeksiyon süreçlerinden

Konferanstaki sunumlara göre, yeni iş modellerinde öne çıkan hususlar, artan entegrasyon, sürdürülebilirlik ve yeni oyuncular.

geçerek piyasalarda nihai olarak 1.6 trilyon dolar değerinde ürün olacağı hesaplanıyor.

Nihai ürün piyasasında 2020 yılı için tahminler aşağıdaki şekilde hesaplandı:

Giyim eşyası: 1.300 milyar dolar
Ev tekstilleri: 190 milyar dolar
Teknik tekstiller: 180 milyar dolar
Toplam: >1.600 milyar dolar
Teknik tekstillerin içerisinde kompozitler 35 milyar dolar ve nonwovenlar 30 milyar dolar olarak öngörülüyor.

Yeni iş modellerinde öne çıkan hususlar: Artan entegrasyon, sürdürülebilirlik ve yeni oyuncular.

Yeni iş modellerine ilişkin temel unsurlar şöyle:

Kaynaklar (Malzeme önemli) :

- Filamentlerde artış
- Elyaf karışımlarında artış
- Nonwovenların payı artıyor
- Atıkların yeniden kullanımı ve yeniden tasarımı

Üretim (Temiz, çevreye ve insana saygılı, verimli üretim) :

- Spinit sistemi (3'ü 1 arada: tek makine ile iplik eğirme, temizleme ve örme)
- Konfeksiyon için 3D yazıcı
- Dijital baskı ve bitim işlemleri
- Toplu kişiselleştirme

Tasarım (İşlevsel tasarım) :

- Sürekliliği olacak ürünlerin tasarımı
- Akıllı tekstiller

Perakende :

- E-ticaret
- Yeni alışveriş deneyimi

- Eskileri geri alma modeli

Tüketim :

- Bilgili tüketici
- Alışveriş için yeni kurallar (online, mobil)

Ürün Ömrü :

- Biyolojik olarak ayrışabilir (biodegrade) organik tekstil
- İleri dönüşüm, yeniden kullanım, geri dönüşüm

Sistem düşüncesi (Şeffaflık ve birlikte çalışma) :

- Akıllı tekstil imalat sistemleri
- Kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik
- Şeffaflık ve izlenebilirlik
- Kısa tedarik zincirleri

Çin tekstilinin analizi

Ruizhe Sun, 'Çin Tekstil Sanayiinin Analizi ve Genel Görünümü' başlıklı sunumunda ulusal ve uluslararası istatistiklere dayalı olarak bilgiler sundu.

2000, 2010, 2014 ve 2015 yıllarında dünyada en fazla tekstil ve hazır giyim ihracatı yapan ilk 10 ülke mukayese edildiğinde, Çin'in 2000 yılında 52.2 milyar dolar tekstil ve hazır giyim ihracatı ile dünya toplamında yüzde 14.80 paya sahip iken, 2010 yılında 206.6 milyar dolar ihracat ve yüzde 34.09 paya ulaştığı, 2014 yılında da 298.4 milyar dolar ihracat ve yüzde 37.13 paya ulaştığı, 2015 yılında ise ihracat tutarının 282.8 milyar dolara

Dünyada İlk 10 Tekstil ve Hazır Giyim İhracatçısı

		2015			2014			2010			2000		
	ÜLKE/ BÖLGE	İHRACAT (100 MİL. \$)	DÜNYA TOP. % PAY		ÜLKE/ BÖLGE	İHRACAT (100 MİL. \$)	DÜNYA TOP. % PAY	ÜLKE/ BÖLGE	İHRACAT (100 MİL. \$)	DÜNYA TOP. % PAY	ÜLKE/ BÖLGE	İHRACAT (100 MİL. \$)	DÜNYA TOP. % PAY
1	Çin	2828.99	%38.00	Çin	2984.3	%37.13	Çin	2066.91	%34.09	Çin	522.06	%14.80	
2	Hindistan	355.43	%4.77	İtalya	391.35	%4.87	Hong Kong	353.36	%5.83	Hong Kong	376.55	%10.67	
3	İtalya	330.00	%4.43	Hindistan	360.81	%4.49	İtalya	330.88	%5.46	İtalya	254.24	%7.21	
4	Almanya	300.59	%4.04	Almanya	352.58	%4.39	Almanya	314.58	%5.19	ABD	195.81	%5.55	
5	Vietnam	296.61	%3.98	Hong Kong	302.95	%3.77	Hindistan	240.62	%3.97	Almanya	181.70	%5.15	
6	Bangladeş	291.30	%3.91	Türkiye	291.84	%3.63	Türkiye	217.24	%3.58	Kore	177.37	%5.03	
7	Hong Kong	275.22	%3.70	Bangladeş	269.45	%3.35	ABD	168.61	%2.78	Tayvan	149.06	%4.22	
8	Türkiye	260.73	%3.50	Vietnam	255.04	%3.17	Bangladeş	161.18	%2.66	Fransa	120.78	%3.42	
9	ABD	198.34	%2.66	ABD	204.71	%2.55	Fransa	157.74	%2.60	Hindistan	115.58	%3.28	
10	İspanya	156.45	%2.10	Fransa	173.03	%2.15	Belçika	143.14	%2.36	Meksika	112.02	%3.18	



gerilediği ancak dünya toplamındaki payının yüzde 38'e çıktığı görülüyor.

Hindistan 2000 yılında 11.5 milyar dolar ihracat ve yüzde 3.28 pay ile 9'uncu sırada iken, 2010 yılında 24 milyar dolar ihracat ve yüzde 3.97 pay ile 5'inci sıraya, 2014 yılında 36 milyar dolar ihracat ve yüzde 4.49 pay ile 3'üncü sıraya, 2015 yılında da 35.5 milyar dolar ihracat ve yüzde 4.77 pay ile 2.sıraya yükseldi.

İtalya 2000 yılında 25.4 milyar dolar ihracat ve yüzde 7.21 pay, 2010 yılında 33 milyar dolar ihracat ve 5.46 pay ile 3'üncü sıradadır. 2014 yılında 39.1 milyar dolar ihracat ve yüzde 4.87 pay

ile 2'nci sıraya yükseldi, 2015 yılında 33 milyar dolar ihracat ve yüzde 4.43 pay ile tekrar 3'üncü sıraya geriledi.

Almanya 2000 yılında 18.1 milyar dolar ihracat ve yüzde 5.15 pay ile 5'inci sırada iken, 2010 yılında 31.4 milyar dolar ihracat ve yüzde 5.19 pay ile 4'üncü sıraya yükseldi, 2014 yılında 35.2 milyar dolar ihracat ve yüzde 4.39 pay ile 2015 yılında da 30 milyar dolar ve yüzde 4.04 pay ile 4'üncü sıradaki konumunu muhafaza etti.

Türkiye'nin ise 2010 yılında 21.7 milyar dolar ihracat ve yüzde 3.58 pay ile ve 2014 yılında 29.1 milyar dolar ihracat ve yüzde 3.63 pay ile 6'ncı sırada iken, 2015 yılında 26 milyar dolar ihracat ve yüzde 3.50 pay ile 8'inci sıraya gerilediği görülüyor.

Çin tekstil sanayii 53 milyon ton elyaf tüketimi ile dünya toplam elyaf tüketimi içerisinde yüzde 54.83 paya sahip. 282.8 milyar dolar ihracat ile de dünya toplam tekstil ve hazır giyim ihracatı içerisinde yüzde 38 pay sahibi.

Çin tekstil sanayiinin ülke ekonomisi içindeki konumuna bakıldığında, toplam sanayi işletme gelirleri içerisinde yüzde 6.41 pay, toplam sanayi kârı içerisinde yüzde 6.07 pay, toplam ihracat içerisinde yüzde 12.79 pay, toplam Ar-Ge yatırımları içerisinde yüzde 3.68 pay, toplam perakende satışlar içerisinde yüzde 9.46 pay ve on-line perakende satışlar içerisinde ise yüzde 21.43

paya sahip olduğu görülüyor.

2010 yılından beri Çin tekstil sanayiinin başlıca ekonomik göstergeleri L-biçimli bir büyüme eğilimi sergiliyor. L-biçimli büyüme sanayinin dönüşümü ve ilerlemesini zorluyor ancak gelecekteki gelişimine de yol açıyor.

Çin tekstil sanayiinin elyaf tüketimi yıllık ortalama yüzde 5.1 oranında büyüme kaydediyor. 2016'nın ilk 9 aylık döneminde, tekstil

firmalarının katma değeri bir yıl öncesine göre yüzde 5.6 arttı. Çin'in tekstil ve hazır giyim ihracatı ise yıllık ortalama yüzde 6.6 oranında büyüyor.

Sanayinin bilimsel ve teknolojik inovasyon yetkinliği önemli derecede iyileşti. 2011-2015 döneminde 145 bin 600 patent tescili yapıldı, bunların içerisinde 34 bin 800 patent buluş niteliğinde.

Giyim eşyası tüketimi açısından şehirlerdeki ve kırsal kesimdeki

tüketiciler arasındaki fark, Çin tekstil sanayii için büyük bir pazar potansiyeli oluşturuyor. Çin'de şehirlerde yaşayanların kişi başına giyim eşyası harcaması 1.627,21 CNY (Çin Yuanı) iken, kırsal kesimde yaşayanların kişi başına giyim eşyası harcaması 510,40 CNY.

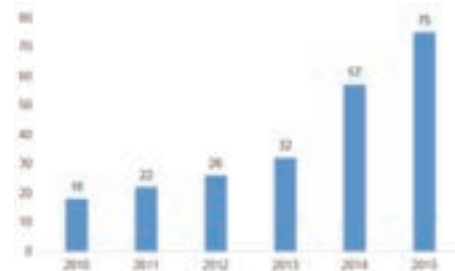
Şehirleşme, yurtiçi talebi artıracak. 13'üncü Beş Yıllık Plan'a göre, Çin'in 2010 yılındaki GSYH'sı ve kişi başına geliri 2020 yılında iki katına çıkacak ve giyim eşyası harcamaları 660 milyar CNY artış gösterecek. 2020 yılına kadar, 100 milyon kişi kırsal kesimden şehirlere göç edecek ve bu durum giyim eşyası tüketim artışına 160 milyar CNY katkı yapacak. 2016'dan 2020 yılına kadar, teknik tekstil tüketiminin yıllık ortalama yüzde 8.4 artması bekleniyor.

Kuşak ve yol girişi

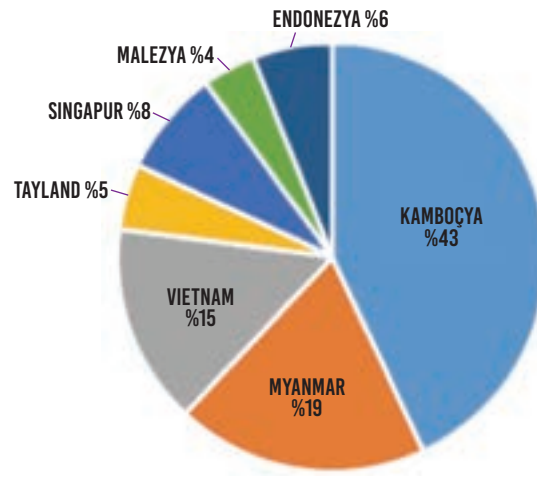
Ruizhe Sun, konuşmasında 'Belt and Road' (Kuşak ve Yol) girişimi hakkında da bilgiler verdi. Kuşak ve Yol boyunca 65 ülke ve bölge bulunuyor. Bu 65 ülke ve bölgenin toplam nüfusu 4.4 milyar, GSYH'sı ise 21 trilyon dolar tutarında. Dolayısıyla dünya toplam nüfusunun yüzde 62'sini ve dünya toplam GSYH'sının yüzde 29'unu oluşturuyor. Diğer taraftan ticaret hacmi ise dünya toplam ticaret hacminin sadece yüzde 25'ini kapsıyor.

Avrasya Kıta Köprüsü'nün inşası ve beş büyük uluslararası ekonomik koridor (Çin-Moğolistan-Rusya, Çin-Orta Asya-Batı Asya, Çin-Hindi Çin Yarımadası, Çin-Pakistan, ve Bangladeş-Çin-Hindistan-Myanmar)

GÜNEYDOĞU ASYA'DA ÇİN TEKSTİL VE HAZIR GİYİM YATIRIMLARI (FİRMA SAYISI) 2010-15



GÜNEYDOĞU ASYA'DA ÇİN TEKSTİL VE HAZIR GİYİM YATIRIMLARININ ÜLKELER İTİBARIYLA DAĞILIMI



tekstil sanayiinin uluslararası endüstriyel kapasite alanında işbirliğine büyük imkânlar getirecek.

2014 sonu itibarıyla, Çin firmaları, Güneydoğu Asya, Kuzey Amerika, Avrupa, Avustralya, Afrika dahil olmak üzere 100'ün üzerinde ülke ve bölgede 2 bin 600'ün üzerinde tekstil ve hazır giyim üretim, ticaret ve ürün tasarım firmaları kurdu. Çin tekstil sanayiinin doğrudan yurtdışı yatırımlarının 2020 yılına kadar 30-50 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor.

Güneydoğu Asya'da Çin tekstil ve hazır giyim yatırımları, 2010 yılında 18 firma iken, 2015 yılında 75 firmaya

HAZIR GİYİM DAĞITIMI, 2005-15



EV TEKSTİLİ DAĞITIMI, 2005-15



ulaştı. Söz konusu yatırımların ülkeler itibarıyla dağılımına bakıldığında, yüzde 43'ü Kamboçya, yüzde 19'u Myanmar, yüzde 15'i Vietnam, yüzde 5'i Tayland, yüzde 8'i Singapur, yüzde 4'ü Malezya ve yüzde 6'sı Endonezya'da.

Moderatörlüğünü Rafael Cervone'nin (ITMF Yönetim Kurulu Üyesi, Brezilya) yaptığı 'Perakende/E-Ticaret' konulu 3'üncü Genel Oturum'da Jorge Martin (Euromonitor Int. İngiltere) 'Tekstil Tüketiminde Değişen Dağıtım Tercihleri: Dijital ve Hızlı' konulu bir sunum yaptı. Oturumda, ayrıca Darshan Mehta (Reliance Brands, Hindistan) ve Amarjeet Singh (KPMG, Hindistan) konuşma yaptı.

Jorge Martin (Euromonitor Int. İngiltere) 'Tekstil Tüketiminde Değişen Dağıtım Tercihleri: Dijital ve Hızlı' konulu sunumunda, hazır giyim ve ev tekstili satışlarında internet perakendeciliğinin 2005 yılından 2015 yılına önemli bir büyüme gösterdiğine işaret etti. Hazır giyimde, en hızlı büyüme kaydeden ilk üç dağıtım kanalı internet perakendeciliği (yıllık yüzde 22 büyüme), marketler (yıllık yüzde 4 büyüme) ve spor malzemeleri mağazaları (yıllık yüzde 4 büyüme). Ev tekstili alanında da en hızlı büyüme kaydeden ilk üç dağıtım kanalı internet perakendeciliği (yıllık yüzde 20 büyüme), marketler (yıllık yüzde 6

büyüme) ve ev eşyaları ve mefruşat mağazaları (yıllık yüzde 3 büyüme).

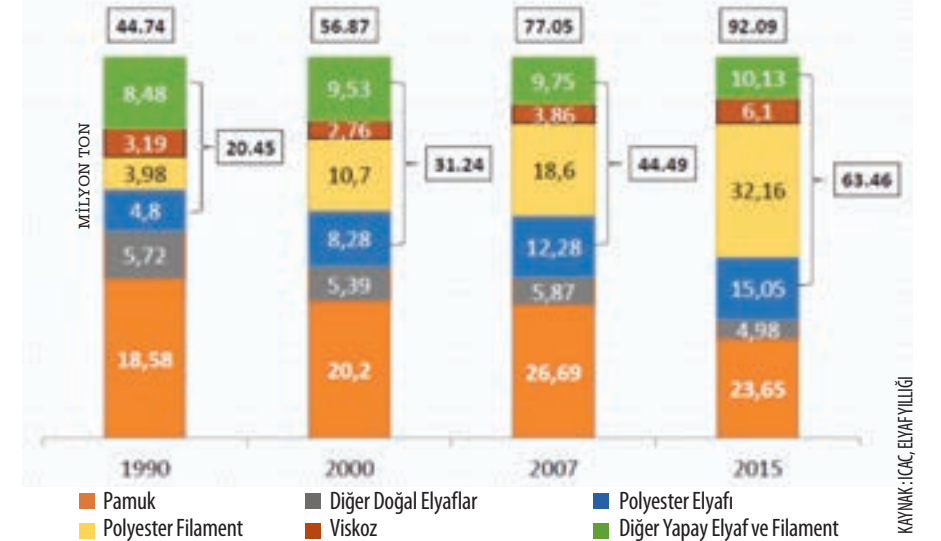
Moderatörlüğünü Andrew Macdonald'ın yaptığı Elyaf Oturumu'nun 'Yapay Elyaf' bölümünde Steve Jenkins (PCI Wood Mackenzie, Malezya) 'Kimyasal Elyaf ve Hammaddeler: Belirsiz Zamanlarda Eğilimler', R.D. Udeshi (Reliance, Hindistan) 'Polyester Zinciri: Belirsiz Zamanlarda Stratejiler' ve Ajay Sardana (Grasim Birla, Hindistan) 'VSF (Viskoz Ştapel Elyaf) - Global Arz Talep Eğilimleri, Gelişmeler ve Grasim'in sunduğu ürünler' başlıklı sunumlar yaptı.

ICAC Elyaf Yıllığı verilerine dayalı olarak hazırlanan aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, global elyaf tüketimi 1990 yılındaki 44.74 milyon tondan 2000 yılında 56.87 milyon tona, 2007 yılında 77.05 milyon tona ve 2015 yılında ise 92.09 milyon tona çıktı.

Tüm elyaflar içerisinde, pamuğun 1990 yılındaki 18.58 milyon tondan 2007 yılında 26.69 milyon tona yükseldiği, 2015'te ise 23.65 milyon ton'a gerilediği görülüyor.

Polyester elyaf ve polyester filament tüketimi ise sürekli artış eğilimi gösteriyor. Polyester filament 1990 yılındaki 3.98 milyon tondan 2015'te 32.16 milyon tona, polyester elyaf tüketimi ise 1990'daki 4.8 milyon tondan 2015'te 15.05 milyon tona yükseldi.

GLOBAL ELYAF TÜKETİM EĞİLİMLERİ



KAYNAK: ICAC, ELYAF YILLIĞI



Turquality'de süreç bilmecesi

Dünyanın ilk devlet destekli marka geliştirme programı olarak öne çıkan Turquality Destek Programı'nda süreç bilmecesi yaşanıyor. Türkiye'nin küresel ölçekte markalar yaratmasını desteklemek üzere 2004 yılında geliştirilen programda bugün 93 firmanın 105 markası destekleniyor. Ancak bu markaların bir kısmının süresi 2017 başında dolacak. Markalara ciddi destek veren bu programın devam etmesi tüm firmaların ortak arzusu. Ancak sürecin yeni dönemde de uzatılıp uzatılmayacağı konusunda ciddi kaygılar yaşanıyor.





V. BESİM ÖZEK / BOSSA SATINALMA VE LOJİSTİK DİREKTÖRÜ:

Turquality'nin geleceğiyle ilgili belirsizlikler giderilmeli

Turquality Türk markalarının yurtdışına açılıp orada tanınmaları bakımından önemli bir program. Biz de Bossa olarak 5 yıllık periyodlarla iki dönemdir, yani 10 yıldan bu yana programdaki desteklerden faydalıyoruz. Ancak ikinci dönemimiz dolmak üzere olduğu halde sürecin uzatılıp uzatılmayacağı konusunda bilgi sahibi değiliz. 2-3 aydan bu yana önümüzdeki dönemde ne olacağını öğrenmeye çalışıyoruz ama süreç hakkında ne yazık ki bilgi alamıyoruz. Turquality devletimizin ihracatı ve ihracatçıyı destekleyen en güzel programıdır. Bu uygulamada bazı süreçler yavaş işlese de genel olarak sektörümüze katkı sağlayan bir program. Bu nedenle yaşanan belirsizliklerin ivedilikle giderilip programın devam etmesini umuyoruz. Çünkü Türk firmalarının markalaşabilmesi ve uluslararası arenada rekabet edebilmeleri bakımından program çok önemli.



Globalleşen dünyada rekabet gittikçe zorlaşıyor. Hele ki markalaşabilmek, deveye hendek atlatmaktan zor. Bu gerçekten yola çıkan Ekonomi Bakanlığı, dünyada bir ilke imza atarak 2004 yılında dünyanın ilk devlet destekli marka geliştirme programı olarak öne çıkan Turquality Destek Programı'nı oluşturmuştu. Türkiye'nin daha çok marka çıkarması, mevcut markalarının da küresel çapta daha fazla yaygınlaşması için oluşturulan program, yürürlüğe girdiği 2004'ten bu yana çok sayıda şirkete destek verdi. 2006'da kapsamını genişleterek kuyumdan gıdaya kadar tüm sektörlerle açıldı. Program ile patent tescilinden yurtdışında açılacak mağazanın kirasına kadar destek almak mümkün.

Turquality Destek Programı'na katılan firmaların hepsi halinden memnun. Ancak bu yıl birçok firmanın birinci ya da ikinci 5 yıllık süreçleri dolmak üzere. Bu firmaların hepsi Turquality Destek Programı'nın koruyucu ve destekleyici şemsiyesi altında kalmak için ilgili kurumlara başvurmalarına rağmen, 2-3 aydan bu yana net yanıt alamamaktan yakınıyorlar.

Dünya markası olmanın uzun bir süreç olduğuna dikkat çeken sektör temsilcileri, programın 10 yıl ile sınırlandırılmayıp üçüncü 5 yıla uzatılması gerektiği görüşünde birleşiyor ve bu yapılrısa, şimdiye dek yaşanan olumlu etkilerin katlanarak artacağını vurguluyorlar.

Turquality, markalara güç veren önemli

bir program. Öyle ki; bir Türk markası büyümek, yurtdışında mağazalar açmak ya da markalaşmak için yatırım yapmak veya kurumsallaşmak için yönetimini güçlendirmek istiyorsa, bu programa katılarak tümü için parasal destek alabiliyor. Farklı sektörlerden çok sayıda firma ve marka halen bu desteklerden yararlanıyor ve aralarına yenileri katılıyor.

Program sayesinde marka bilinirliğini artırmanın yanı sıra tasarım, yaratıcılık, yenilikçilik, imaj, marka geliştirme stratejisi gibi konularda da destek alınabiliyor. Ayrıca sürdürülebilir liderlik için gereken bilgi yönetimi, kurumsallaşma gibi konularda da destekler veriliyor.

SIKINTILAR...

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Hazır Giyim Sektör Meclis Başkanı Şeref Fayat, "Dönemin uzatılmasıyla ilgili çok yoğun talep geliyor. İçinden geçtiğimiz bu kritik süreçte bu talebin reddedileceğini düşünmüyorum. Program devam edecektir" diyor ve Turquality'nin Türkiye'nin 2023 hedeflerine katkı sağlaması bakımından vazgeçilmesi mümkün olmayan bir program niteliğinde olduğunu vurguluyor.

İlk olarak tekstil sektörünü desteklemek üzere yola çıkan Turquality Destek Programı, bugün 93 firmanın 105 markasını destekliyor. Programın devamı



konusunda firmalar istekli ancak bir takım düzenlemeler bekliyorlar. Destek almayı hak eden firmaların birikmiş desteklerinin çok yüklü rakamlara ulaşması, firmaları maddi anlamda zor durumda bırakacak boyutlara ulaştı.

Turquality, son dönemde yaşanan tüm ekonomik zorluklara rağmen, programa üye şirketlerin iş sonuçlarına, ihracatlarını koruyup geliştirmelerine önemli katkılar yapıyor. Programın başlangıcından bu yana firmaların öneri ve talepleri dikkate alınarak birçok konuda geliştirme de yapıldı.

Program üyesi tüm şirketlerin yaşadığı ortak sıkıntı ise hakediş çıktıktan sonra desteğin şirket hesaplarına geçişinin uzun zaman alması olarak özetleniyor. Bir diğer sorun ise dövizle yapılan harcamaların ödendikten yaklaşık bir yıl sonra, ödendiği tarihteki kurdan şirketlerin hesabına geçmesi. Bu uygulama ile şirketlerin ciddi bir kur kaybı yaşadıkları da vurgulanıyor. Hakediş çıktığı veya hesaba geçtiği tarihteki kurdan ödenmesi uygulamasının gündeme gelmesi şirketlere büyük katkı sağlayabilecek.

Sektör temsilcileri, programın en önemli sıkıntısının geç ödeme sorunu olduğunu vurguluyor. Belge sürecinin uzaması da bir diğer sıkıntı.

NASIL BAŞVURULUYOR?

Turquality desteklerinden yararlanmak

için başvuru mercî Ekonomi Bakanlığı'na bağlı İhracat Genel Müdürlüğü. Marka Destek Programı kapsamına giren firmaların, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamalarının yıllık en fazla 50 bin dolarlık kısmı ödeniyor. Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin de yıllık en fazla 300 bin dolarlık bölümü karşılanıyor.

Yurtdışındaki sektörel fuarlara katılım halinde, stand dekorasyonu ile fuar katılım bedeline ilişkin harcamalar, açtıkları ya da açacakları yurtdışı birimlerin brüt kira ile buna ilişkin masraflarının yıllık en fazla 500 bin doları karşılanıyor. Mağaza, lokanta, kafe açılması için yapılan çalışmalar ve dekorasyon giderleri yıllık en fazla 400 bin dolara kadar destekleniyor. Kira ya da komisyon giderleri yıllık en fazla 200 bin dolara kadar karşılanıyor.

Turquality kapsamındaki desteklerden yurtdışında franchise verecek Türk markaları da yararlanabiliyor.

10 DÜNYA MARKASI

Vizyonunu "10 yılda 10 dünya markası yaratmak" olarak belirleyen Turquality ile dünyada "Türk Mali" imajının ve Türkiye'nin ticari itibarının güçlendirilmesi amaçlandı. Tekstil ve hazır giyim, otomotiv, elektronik, gıda gibi rekabetçi sektörler için ihracatta markalaşmanın öneminin artması bu programı zorunlu kıldı.



ASLI AYDOĞAN YILMAZ / SÖKTAŞ A.Ş. İK MÜDÜRÜ:

Çok yararlı bir program, katılım süresi uzatılmalı

Turquality Destek Programı'nda 9'uncu yılımızı tamamladık. Program sayesinde marka bilinirliğimizi artırdık. Tekstil sektörü için çok önemli alanlar olan tasarım, yaratıcılık, yenilikçilik, imaj, marka geliştirme stratejisi gibi konular ile sürdürülebilir liderlik için gerekli olan bilgi yönetimi, kurumsallaşma gibi konularda da destek aldık. Tüm ekonomik zorluklara rağmen iş sonuçlarımıza, ihracatımızı korumamıza ve geliştirmemize önemli katkıları oldu. Programın tasarımı, kurgusu ve işleyişi son derece başarılı. Ekonomi Bakanlığı'na teşekkürü borç biliriz. Yaşanan sıkıntılar ise; hakediş çıktıktan sonra desteğin hesaplarımıza geç geçmesi, dövizle yapılan harcamalar ödendikten yaklaşık bir yıl sonra, ödendiği tarihteki kurdan hesabımıza geçmesi. Burada ciddi bir kur kaybı olmakta. Hakediş çıktığı veya hesaba geçtiği tarihteki kurdan ödenmesi gündeme gelebilir. Dünya markası olmak gerçekten uzun bir süreç. Programın 10 yıl ile sınırlandırılmayıp üçüncü 5 yıla uzatılması durumunda, şimdiye dek yaşanan olumlu etkilerin katlanarak artacağı inancındayız.

GELİNLİK ÜSSÜ İZMİR

Türkiye’de dikilen 10 gelinliğin 7’si İzmir’den çıkıyor. Ülkemizin gelinlik üretim merkezi konumundaki şehirde sektör, nitelikli ara eleman yetiştirme programlarıyla kendini geliştirirken, bir yandan da Avrupa’nın en büyük gelinlik fuarına ev sahipliği yapıyor.

Türkiye, son yıllarda Avrupa ve Ortadoğu için gelinlik ve abiyede önemli bir tedarikçi konumuna geldi. Gelinlik İhracatçıları Derneği’nin verilerine göre, Türkiye’de yılda 600 bin ila 700 bin arası evlilik gerçekleşirken, 350 bin gelinlik kiralanıyor. Toplamda ise yıllık yaklaşık 600 bin adetlik gelinlik üretimi söz konusu.

Bu alanda çok düzenli bir veri bulunmasa da, Türkiye’deki gelinlik sektörünün yarattığı ekonomik hacmin 600-650 milyon dolar arasında olduğu dile getiriliyor. Toplam 80 bin kişinin istihdam edildiği gelinlik sektöründe sadece yurtiçindeki evlilikler söz konusu değil, Mısır, Suudi Arabistan gibi Ortadoğu ülkeleri ile İspanya, İtalya, Portekiz ve Rusya Federasyonu gibi ülkelere de ihracat söz konusu. Bu bağlamda Türkiye’nin yıllık gelinlik ihracatının, bavul ticareti dışında, yaklaşık 400 bin adet olduğu tahmin ediliyor. Son yıllarda Uzakdoğu’ya yapılan gelinlik ihracatı da dikkatten kaçmıyor.

Üretimin yarısından fazlası İzmir’de

İşte bütün bu üretimin ana damarı İzmir’de atıyor. Türkiye’de dikilen 10 gelinliğin 7’si İzmir’den çıkıyor.

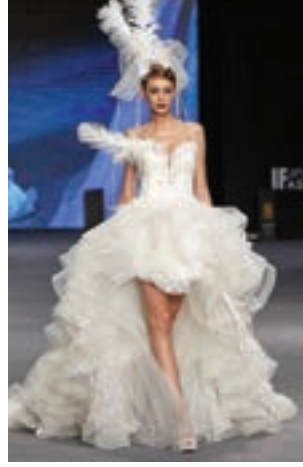
İzmir’de yerleşik gelinlik ve abiye sektörü, gerek sahip olduğu sektörel yoğunlaşma düzeyi gerekse üretim, ihracat ve istihdam potansiyeli açısından çok önemli bir yerde bulunuyor. İzmir Ekonomi Üniversitesi tarafından 2013 yılında hazırlanan Gelinlik-Abiye Sektör Raporu’nda, İzmir’in Türkiye’deki gelinlik



İzmir Uluslararası IF Wedding Gelinlik ve Abiye Fuarı, yaklaşık 10 yıldır düzenleniyor.



IF Wedding Fashion, Avrupa'nın en büyük gelinlik, damatlık ve abiye giyim fuarı.



EMRE KIZILGÜNEŞLER / EGE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Yeni projemizi hayata geçirdik

Bu yıl, kurumumuz tarafından İzmir Kalkınma Ajansı'nın desteği ile 'Gelinlik ve Abiye Sektörü Ara Elemanlarının Üretim ve Tasarım Yetkinliklerinin Geliştirilmesi Projesi' faaliyetlerine başlandı. Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon

İhracatçıları Birliği ve İzmir Olgunlaşma Enstitüsü işbirliğinde yürütülecek bu proje ile temel olarak hedeflenen; gelinlik ve abiye sektöründe gereksinim duyulan nitelikli ara eleman ihtiyacına yönelik olarak sistematik bir aksiyon geliştiriliyor. Bu hedef çerçevesinde öncelikle, İzmir Olgunlaşma Enstitüsü üretim ve tasarım atölyeleri makine ekipman yenilemesi ile birlikte modernize edilecek. Bunun devamında yaklaşık 5 ay sürecek ve gelinlik ve abiye üretim, dikim teknikleri ve moda tasarımına odaklanacak eğitim programının hazırlık ve uygulama süreci gerçekleştirilecek. Eğitimin tamamlanmasıyla birlikte, programı başarıyla tamamlayan kursiyerlerin gelinlik ve abiye sektörüne entegre edilmesi planlanıyor. Bu amaç için 700'ün üzerindeki ihracatçı üyemizin ilgili olanlarına gerekli duyuru ve tanıtımları yaparken, mesleki eğitim programını başarıyla tamamlayan kursiyerlere ihracatçı firmalarda staj ve akabinde istihdam imkânlarını sağlayacağız.

Sektör 'kümelenme' potansiyeli taşıyor

İzmir Kalkınma Ajansı'nın yürüttüğü ve raporu 2010 yılında yayınlanan 'İzmir Kümelenme Analizi' çalışması kapsamında yapılan istatistiki analiz sonucunda, İzmir'de kümelenme potansiyeli olan sektörler arasında altı tanesinde saha çalışması yapılması uygun görülüyor. Gelinlik ve abiye sektörü de saha çalışması yapılacak sektörlerden biri. Sektörde markalaşma ve tasarıma önem veren firmaların hızla yükseldiği gözlemlenirken, ihracata yönelen, siparişleri zamanında servis eden, numunesi ile siparişi aynı olan, kaliteye önem veren firmaların başarısız olma şansının daha az olduğu belirtiliyor.

üretiminin yüzde 70'ini karşıladığını dile getiren Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Emre Kızılgüneşler, İzmir'de bu sektörde faaliyet gösteren bin civarında işletme olduğunu söylüyor. "Ege Giyim Sanayicileri Derneği'nden (EGSD) alınan bilgiye göre, sektörün yaklaşık 15 bin kişiyi istihdam ettiği belirtiliyor. Öte yandan, 2007 yılından bu yana düzenlenen İzmir Uluslararası IF Wedding Gelinlik ve Abiye Fuarı, firmaların sektördeki yenilikleri takip etmeleri ve sektörün rekabet bilinci kazanması açısından ciddi katkılar sağlıyor" diyen Kızılgüneşler, gelinlik ve abiye sektörünün İzmir için öneminin çok daha net bir şekilde ortaya çıktığını ifade ediyor.

Kaliteli ürünün adresi

Avrupa'nın kaliteli ürün aradığında Türk gelinliğini tercih ettiği bilinen bir gerçek. Bu bağlamda Türkiye'deki gelinlik sektörünün kalbinin İzmir'de atıldığını hatırlatan EGSD Yönetim Kurulu Başkanı Mukadder Özden, seri üretim yapan firmaların kendilerini hızla geliştirdiğini ve kalite noktasında tercih

edilir olduğunu belirtiyor.

"İzmir, hem iç pazar hem de ihracatın önemli alım merkezi konumuna geldi. Avrupa'ya ve Ortadoğu'ya yakınlığı nedeni ile hızlı ve kaliteli servis vermemizle de kısa zamanda tercih edilen ülke haline geldik. İhracat rakamlarının gelinlik sektörü için çok net telaffuz etmek mümkün değil. Fakat Ege Bölgesi'nin katma değerli ihracatı, gelinlik ve abiye giyim sektörü sayesinde katlandı" diyen Özden, gelinliğin katma değeri yüksek bir ürün olduğu için kilogram başına ihracat değerinin 100 dolar civarında olduğunu söylüyor.

Türkiye genelinde tüm dünyaya ihracat yapıldığını hatırlatan Özden; başta Almanya, İtalya, Fransa, Belçika, Hollanda olmak üzere, Ortadoğu ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri, Birleşik Devletler, Birleşik Krallık, Güney Afrika Cumhuriyeti'ne de ihracat yapıldığını kaydediyor.

IF Wedding, 7-10 Şubat'ta

İzmir'in sektör için öneminin bir diğer kanıtı da ev sahipliği yaptığı önemli bir fuar. İzmir Büyükşehir Belediyesi ev sahipliğinde, İZFAŞ tarafından EGSD

partnerliğinde gerçekleştirilen Avrupa'nın en büyük gelinlik, damatlık ve abiye giyim fuarı IF Wedding Fashion İzmir için hazırlıklar tüm hızıyla sürüyor. 2016 yılında dört kıtadan 70'e yakın ülkenin ziyaret ettiği IF Wedding Fashion İzmir, 2017 yılında ise 7-10 Şubat tarihleri arasında sektör profesyonellerini Türkiye'nin en büyük ve en modern fuar alanı Fuar İzmir'de buluşturacak.

"2016 yılında, toplam 300 milyon dolarlık ön satış anlaşmasının yapıldığı öngörülen IF Wedding Fashion, 198 katılımcıyla gerçekleşirken, 23 binden fazla ziyaretçiyi ağırlayarak hem katılımcı hem de ziyaretçi sayısı ile rekor üstüne rekor kırmıştı" diyen İZFAŞ yetkilileri, IF Wedding Fashion İzmir'in ilk olarak 2007 yılında, 4 bin metrekare alanda düzenlendiğini hatırlatıyor. 10'uncu yılında Fuar İzmir'de organize edilen IF Wedding, başlangıcından bugüne 10 kat büyüyerek, 48 bin metrekare alanda gerçekleştiriliyor.

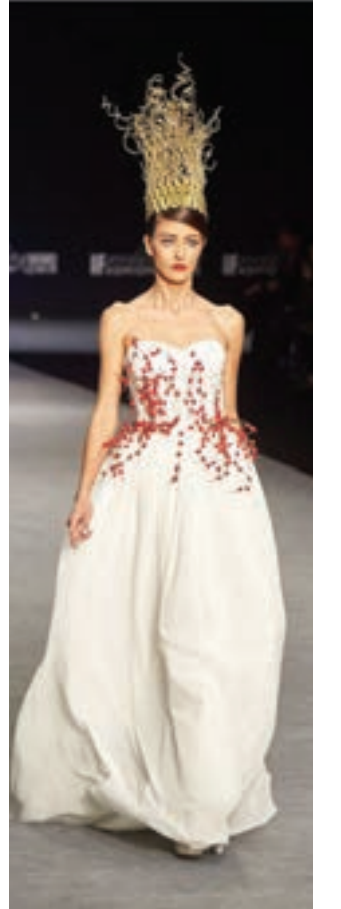
"Yeni nesiller özendirilmeli"

Kadın işçi istihdamı, bilindiği üzere hazır giyim sektöründe yüzde 50'lere dayanıyor. Bu açıdan sektörün kadın

istihdamında lider olduğu herkesin malumu. Bu oranın gelinlik ve abiye giyim sektöründe çok daha fazla olduğunu dile getiren EGSD Yönetim Kurulu Başkanı Mukadder Özden, el işçiliğine dayalı sektörün önemli bir kısmını kadınların oluşturduğuna dikkat çekiyor.

"Meslek liselerinde ara elemanlar yetişiyor, terziler odalarında sektöre ara eleman yetiştiren kurslar açılıyor. Bunun yanında çok fazla özel kurs makineci, drapaj ustası, makastar gibi sektör için önemli kilit noktalar için eleman yetiştiriyor. Kalifiye ara eleman ihtiyacı her şeye rağmen devam ediyor" diyen Özden, yeni nesillerin 8'inci sınıftan ve daha öncesinden sektörün cazip yanları ile tanıştırılması gerektiğini, bu bağlamda branşlaşmada tercih edilen bölüm olmalarının önemli olduğunu altını çiziyor.

Özden son olarak, "Bu rakamlarda düşüş gözlemleniyor. Meslek liselerinin bazılarında branşımız seçilmediğinden bölümler açılmazken, bu durumun da ileri vadede sektörümüze olumsuz yansiyacak önemli bir konu olduğunu belirtmemiz gerekiyor" uyarısında bulunuyor.





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

Türkiye ekonomisinde döviz kurları, maliyet enflasyonu ve büyüme



Dünya ekonomisi 2009 krizi sonrası tekrar büyüme sürecine girdi fakat büyüme oranı kriz öncesine göre daha yavaş oldu. Son iki yıldır büyüme tahminleri hep aşağı yönde revize edildi. Yapısal durgunluk (secular stagnation) olarak da adlandırılan bu durum birçok ülkede işsizlik oranlarının yüksek kalmasının da bir nedeni oldu. Bu gelişmenin temel ekonomik nedenleri olarak üç faktör öne çıkıyor.

Bunlardan birincisi; ABD Merkez Bankası FED'in tahvil alım programını bitirmesi ve faiz artırımı sürecine geçme sinyali vermesi oldu. FED her ne kadar güçlü faiz artırımı sürecine geçemese bile, bu olasılığın hep masada olması ABD dolarının güçlenmesine yol açtı. Güçlenen dolar hem ABD'nin ihracatını olumsuz etkileyerek büyümesini yavaşlattı hem de Türkiye dahil birçok gelişmekte olan ülkeye sermaye girişini azaltarak söz konusu ülkelerin büyüme oranını olumsuz etkiledi.

İkincisi; yavaşlayan büyüme ve güçlenen dolar, emtia fiyatlarını aşağıya çekerek bunları üreten ülkelerin büyüme oranını düşürdü. Rusya ve Brezilya gibi çok büyük ülkelerin de bu olumsuzluk içine girmesi finansal piyasalarda dalgalanmaları artırarak risk algısının yükselmesine yol açtı.

Üçüncüsü; Euro Bölgesi'nin deflasyonist bir sürece girmesi ile büyüme sorunu yaşaması, işsizliğin yüksek seyretmesi ve bankacılık sektörünün ciddi sıkıntı içinde olması dünya ticaretini olumsuz etkiledi ve risk algısını yüksek tuttu.

Dünya ekonomisindeki bu büyüme sorununu düzeltmek için uygulanan en önemli politika, büyük merkez bankalarının sınırsız parasal genişlemeye devam etmesi oldu. Dünyanın beş büyük

merkez bankası olan ABD, AB, Japonya, İngiltere ve Çin'in merkez bankalarının bilanço büyüklüğü 2008 yılında yaklaşık 6 trilyon dolar iken, bu rakam 2016 yılında 17 trilyon dolara ulaştı. Fakat bu genişleme -tabloda görülebileceği gibi- büyümeyi hızlandıramadı.

2016 yılının son çeyreğinde bu eğilimi değiştirecek bazı önemli gelişmeler yaşandı. Birincisi, Çin ekonomisi güçlü para ve maliye politikalarının etkisiyle hafif toparlanma emareleri göstermeye başladı. Bu toparlanma emtia fiyatlarını hafif yukarı çekti. İkincisi, zor da olsa OPEC ve OPEC dışı petrol üreticisi ülkeler arzı kısmen düşürme kararı alınca

Düviz kurlarının hızlı artışı ve oynaklığının yüksek oluşu Türkiye ekonomisine iki kanal ile nefatif etkide bulunuyor.

yılın başında 30 dolara gerileyen petrol fiyatları tekrar 50 doların üzerinde tutunmaya başladı. Bu durum hem bu ürünleri üreten ülkelerin büyüme beklentilerini hem de küresel anlamda enflasyon beklentilerini artırmaya başladı. Üçüncüsü, kasım ayı başında yapılan ABD seçimleri sonrası Trump'ın zaten doğal işsizlik oranına yaklaşmış olan ABD ekonomisine güçlü bir maliye politikası desteği vereceği algısı büyüme ve enflasyon beklentilerini yükseltmeye başladı. Bu durumun doğal sonucu olarak, zaten güçlü olan ABD doları daha da güçlenmeye başladı. Güçlenen dolar petrol ve emtia da yaşanan yükselişi frenlemekle birlikte dış finansman açığı olan ülkelerde sermaye çıkışı ve yerel paraların ciddi değer kayıplarına yol açtı.

Türkiye ekonomisine dair risk algısı

Dış açığı olan ülkelere biri olan Türkiye ekonomisi de doların güçlenmesi

ile makroekonomik verilerinde önemli değişiklikler görmeye başladı. 2016 yılında TL sepet bazında yüzde 20'ye yakın değer kaybetti ve bu durum büyük oranda son çeyrekte gerçekleşti. TL'deki değer kaybının tek nedeni elbette küresel koşullarda yaşanan bu değişim değildi.

15 Temmuz hain darbe girişimi, artan jeopolitik riskler ve terör olayları Türkiye ekonomisine ilişkin risk algısını da yükselterek döviz kurlarındaki artışın bir diğer nedeni oldu. Döviz kurlarının hızlı artışı ve oynaklığının yüksek oluşu Türkiye ekonomisine iki kanal ile negatif etkide bulunuyor. Birincisi, tüketici ve yatırımcı güvenini olumsuz etkileyerek

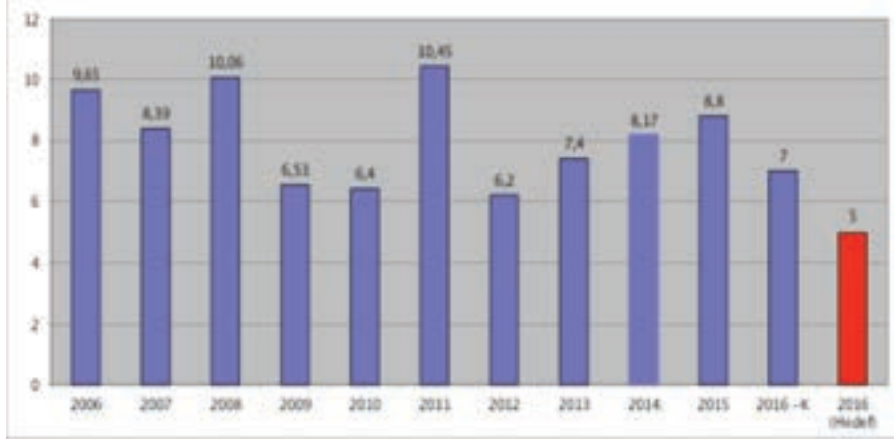
iç talep ve büyüme üzerinde olumsuzluk yaratıyor. İkincisi, ithal ara malı ve enerjiyi yoğun kullanan bir ekonomi olarak enflasyonist bir etki yaratıyor. Grafik-1, son 10 yılda Türkiye ekonomisinde TÜFE enflasyonunun seyrini gösteriyor. Yaklaşık yüzde 6 ile yüzde 10 arasında seyreden bir enflasyon izliyoruz. Döviz kurlarında artışın olduğu yıllarda enflasyon yüzde 10'lara yaklaşırken, TL'nin değerlendirildiği dönemlerde yüzde 6'lara doğru geriliyor.

Döviz sepeti (1 dolar + 1 Euro) karşısında Türk Lirası'nın her yüzde 10'luk kalıcı değer kaybı TÜFE enflasyonunu yüzde 1.5-2 arasında artırıyor. Bu artış 3 ile 6 ay arasında bir süre içerisinde enflasyona yansıyor. 2016 yılının son iki ayında TL'de sepet bazında yüzde 10 civarında bir değer kaybı yaşandı. Eylül sonlarında TÜFE enflasyonu yüzde 7.5 civarındaydı. Bu durumda enflasyonun 2017 yılının ilk yarısında yüzde 9'ları geçme olasılığı yüksek görünüyor. Türk Lirası'nda daha fazla değer kaybı olmaması durumunda 2017 yılının ikinci yarısında TÜFE enflasyonu tekrar gerileme sürecine girer. 2016 yılında gıda enflasyonu manşet enflasyonun neredeyse yarısı düzeyinde seyretti. Bunda yılın ilk yarısında Rusya ile yaşanan krizin de etkisi vardı. 2017 yılında gıda enflasyonunun tekrar yüzde 7'lere gelmesi durumunda geçtiğimiz yıla göre enflasyona 0.80 civarında olumsuzluk getirebilir. FED'in 3 faiz artırımı ihtimalinin arttığı ve jeopolitik risklerin devam ettiği bir süreçte TL'de bir miktar daha olası değer kaybını dikkate

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016-1	2017-1
Dünya	4.8	5.1	5.1	3.0	-0.7	5.3	4.0	3.5	3.3	3.4	3.2	3.1	3.4
ABD	3.1	2.8	2.0	0.4	-3.5	2.4	1.8	2.8	2.2	2.4	2.8	1.8	2.2
Euro Bölgesi	1.5	2.8	2.7	0.8	-4.3	2.0	1.4	-0.7	-0.4	0.9	2.0	1.7	1.5
Japonya	1.9	2.4	2.3	-1.2	-6.3	4.5	-0.6	1.4	1.5	-0.1	0.5	0.5	0.6
Afrika	5.8	6.1	6.2	5.6	2.8	5.3	5.3	5.1	5.1	5.0	3.4	1.4	2.9
Orta Doğu	6.1	5.7	6.3	5.3	2.8	5.0	3.5	4.9	2.5	2.4	2.3	3.4	3.4
Brezilya	3.8	3.8	5.7	5.1	-0.6	7.5	2.7	1.0	2.5	0.1	-3.8	-3.3	0.5
Rusya	6.9	7.4	8.1	5.6	-7.8	4.3	4.3	3.4	1.3	0.6	-3.7	-0.8	1.1
Çin	10.4	11.8	12.0	9.8	9.2	10.4	9.3	7.7	7.7	7.4	6.9	6.6	6.2
Hindistan	9.0	9.8	9.4	6.4	6.8	10.1	7.7	4.7	5.0	7.2	7.8	7.8	7.8
Türkiye	6.4	6.9	4.7	0.9	-4.8	9.2	6.8	2.2	4.1	2.9	4.0	3.3	3.0

Kaynak: IMF - World Economic Outlook, Ekim 2016

YILLIK ENFLASYON, (TÜFE, %)



alırsak 2017 yıl sonu enflasyonunun yüzde 7.5 -8'lerin altına gerilemesi çok kolay olmayabilir.

Enflasyonun seyri

Enflasyonun 2017 yılı seyri konusunda diğer önemli bir tartışma enflasyon hesabında kullanılan sepette bir değişiklik olursa bunun enflasyonu ne yönde etkileyeceği yönünde oluyor. TÜİK tarafından hesaplanan enflasyon için kullanılan ürün sepetinde en büyük ağırlığa gıda sektörü sahip. Gıda sektörünün endeksteği ağırlığı yüzde 23.68. İkinci sırada yüzde 15.93

Gıda fiyatlarındaki hızlı artışların ve oynaklığın enflasyon hedefine ulaşamamaktaki önemi tartışılan bir konu.

ile konut ve kira geliyor. Üçüncü sırada ise yüzde 14.31 ile ulaştırma. En düşük ağırlıklara ise yüzde 2 civarı ile eğitim ve sağlık sahip. Endeksin genel ağırlığı 2003 yılında yapılan hane halkı tüketim eğilim anketi ile belirlendi. Bu anket yıllık olarak daha küçük çaplı yapılmakta ve önemi artan ve azalan ürünlere göre sepete her yılın ocak ayında küçük ilave ve çıkarmalar yapılmakta, ağırlıklar kısmen değiştirilmekte. Örneğin, yaklaşık 10 yıl önce yüzde 29 civarında olan gıda sektörü ağırlığı yüzde 24'lere geriledi. Kişi başına gelirdeki ve genel tüketim kalıplarındaki değişimin gıdanın ağırlığını azaltması normal. Ürün gruplarının enflasyona etkisi ağırlığı ile doğru orantılı. Örneğin mevcut ağırlığa göre gıda enflasyonun yüzde 10 olduğu bir yıl gıdanın enflasyona katkısı yaklaşık yüzde (0.10 * 0.24) 2.4 olur. Gıda enflasyonun

yüzde 5 olduğu bir yıl bu katkı yüzde 1.2'ye geriler. Dolayısıyla sektör ağırlığı enflasyon hesabında önemli ve gıda sektörü ağırlığı ile öne çıkıyor. Son yıllarda gıda fiyatlarındaki hızlı artışların ve oynaklığın Türkiye ekonomisinde enflasyon hedefine ulaşamamakta önemli bir faktör olduğu çok tartışılan bir konu. Gıda sektörünün ağırlığının düşürülmesinin bu sıkıntıyı ortadan kaldıracığı zaman zaman gündeme geliyor. Bu durumda örneğin gıda sektörünün ağırlığının yüzde 24'ten yüzde 18'e düşürülmesi durumunda yüzde 10 gıda enflasyonu olan bir yılda

bu sektörün enflasyona katkısı 2.4'ten 1.8'e düşer, yani yüzde 0.6'lık bir katkı sağlanır. 2016 yılı kasım ayı itibarıyla gıda enflasyonu yüzde 3.55 ile yüzde 7 olan manşet enflasyonun hayli altında gerçekleşti. Uygun mevsim koşulları ve Rusya ile ticaretin azalması bu gerilemede etkili oldu. Mevcut ağırlıkla gıda sektörünün enflasyon katkısı yüzde 0.83 civarında oldu. Bu ağırlık yüzde 18 olsaydı katkı yüzde 0.69'a gerileyecekti. Sonuç olarak, gıda enflasyonu yüksek seyrederken sepetin ağırlığının düşük olmasının enflasyona olumlu etkisi daha fazla olabiliyor. Daha önce vurgulandığı gibi sektör ağırlıkları hane halkı anketleri ile belirleniyor. Gıda harcaması belli bir oranı geçemeyeceği için gelir arttıkça ağırlığı düşer. Bu nedenle gıda sektörünün ağırlığının bir yıl içinde çok sert düşmesi iyi açıklanması gereken bir durum.

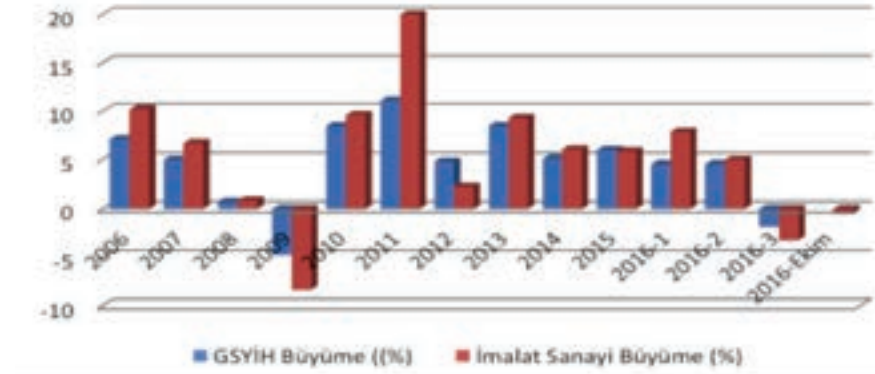
Sert bir düşüş olur mu?

TÜİK aralık ayı başında 2016 yılı üçüncü çeyrek büyüme rakamlarını açıklarken veri setinde önemli metodolojik ve rakamsal değişikliklere gitti. Kayıt dışı ekonomiyi daha iyi ölçmeyi de hedefleyen bu revizyon Türkiye ekonomisinin 2015 yılı GSYİH rakamını 720 milyar dolardan 860 milyar dolar revize etti. Kişi başına gelir de yaklaşık 9 bin dolardan 11 bin doların üzerine çıktı. Dolayısıyla, 2017 yılında gıda sektörünün enflasyon sepetindeki ağırlığında bir miktar aşağı yönlü revizyon, sepete gelir artışının etkilerini yansıtan bazı metodolojik değişikliklerin uygulamasıyla mümkün olabilir. Yine de çok sert bir düşüş olmaması gerektiği kanaatindeyiz.

Yeni GSYİH serisi tahminlerden daha çok gerçek veriyi kullanan ve baz dönemi hareketlendiren zincirleme endeks yöntemiyle hazırlanıyor. İnşaat sektörünün katma değer içindeki payının daha iyi ölçüldüğü ve bu durumun hem toplam yatırımları hem de sektörün toplam yatırımlar içindeki payını artırdığı anlaşıyor. Yatırımların GSYİH'ya oranı yüzde 19'dan yüzde 28'e çıkıyor. Madalyonun diğer tarafında konut alımları da tasarruflar içine kaydırılıyor ve ülkenin hem toplam tasarrufları (GSYİH'ya oran olarak yüzde 15'ten yüzde 24'e) hem de yatırımları artmış oluyor. Yatırımlar ile tasarruflar arasındaki fark olan cari açığın GSYİH'ya oranı yüzde 4 civarında kalmaya devam ediyor.

Verilerde dikkati çeken diğer önemli bir nokta, son dört yılın ortalama büyüme oranının yüzde 3.5'lerden yüzde 6.5'lere çıkmasıdır. TÜİK açıklamasına göre söz konusu dönemde hem tahmin yerine daha fazla gerçek verinin kullanılması hem de inşaat sektörünün artan katkısı bu farkın nedeni gibi görünüyor. Bu durum Türkiye ekonomisine ilişkin verileri yorumlarken bazı referans değerlerimizi de değiştirmiş oluyor. İşgücüne katılımın yüksek olması nedeniyle Türkiye'de yüzde 4'ün altındaki büyümede işsizlik oranları artıyordu. Yeni seri yüzde 6.5 ve aşağısındaki oranlarda da işsizliğin arttığına işaret ediyor. Türkiye ekonomisinin ihtiyacı olan büyüme

GSYİH VE İMALAT SANAYİ BÜYÜME ORANLARI, (%)



yüzde 7-8 gibi görünüyor. 2016 yılının ilk dokuz aylık verisi Türkiye ekonomisinin yüzde 2.2 büyüdüğünü gösteriyor.

Büyüme yüzde 2.5'lerde kalabilir

Üçüncü çeyrekte gerçekleşen yüzde 1.8 oranındaki daralma ortalamayı önemli oranda aşağıya çekmiş durumda. Yılın son çeyreğine ilişkin gelen verilerden ekim ayı imalat sanayi büyüme oranı yüzde -0.5 oldu. İmalat sanayi büyüme oranı ile ekonominin büyüme oranı arasında güçlü bir ilişki olduğunu biliyoruz (Grafik-2). Ekim ayı verisi yılın son çeyreğinde büyüme konusunda çok güçlü bir ivme olmadığına işaret etse de kasım ve aralık ayına ilişkin, otomobil ve konut satışları, kredi hacmindeki büyüme ve ihracat artışı gibi bazı öncü veriler ekim ayına göre daha güçlü bir toparlanma sinyali veriyor.

Bu toparlanmayı dikkate alsak da 2016 yılı büyüme oranının yüzde 2.5'ler civarında kalma olasılığı güçlü görünüyor. 2017 yılının ilk 4-5 aylık döneminde özellikle kamunun cari ve yatırım harcamaları ile dünya ekonomisindeki hafif toparlanmanın etkisiyle ihracatta gözlenebilecek pozitif gelişme Türkiye ekonomisinin büyümesine olumlu katkıda bulunacaktır. İçeride anayasa referandum süreci ve jeopolitik gelişmelerin bir süre daha devam etme ihtimali nedeniyle tüketim ve yatırım harcamalarında çok güçlü artışlar olmayabilir. Bu nedenlerle yılın ilk yarısında büyüme yüzde 3-4 arasında kalabilir.

Yılın ikinci yarısında hem dışarıda hem içeride yaşanacak gelişmeler büyümenin yönü konusunda önemli

olacaktır. Dışardaki en önemli belirleyenlerden biri, ABD'nin yeni başkanı Trump'ın politikalarının korumacılığı ne boyutta tetikleyeceği ve ABD Merkez Bankası FED'in buna ne tepki vereceği. Korumacılık ve FED'in güçlü faiz artırımının beraberce olması dünya ekonomisinde riskleri ve büyüme trendini olumsuz etkileyebilir. Böyle bir risk ortaya çıkmaz ise ABD ekonomisindeki toparlanma dünya ekonomisi ve ticaretini pozitif etkileyerek Türkiye ekonomisinin de lehine bir sonuç getirir. İçeride ise siyasi ve jeopolitik risklerin azalması ve istikrarın sağlanması durumunda tüketim ve yatırım talebinde ötelenen talep de devreye girerek büyümeye pozitif katkıda bulunur. Temennimiz iç ve dış bu olumlu gelişmelerin yaşanması. Bu durumda

2017'nin ilk yarısında büyümenin görece daha zayıf, ikinci yarısında daha güçlü olması olasılığı daha yüksek.

büyüme trendi 2016 yılının tam tersi olabilecektir. 2016 yılının ilk yarısında büyüme görece iyi gerçekleşti. İkinci yarısında zayıf olacak görünüyor. 2017 yılının ilk yarısında ise büyüme görece daha zayıf, ikinci yarısında daha güçlü olabilir. Fakat her durumda 2017 yılı büyümesinin yüzde 6'ları geçme olasılığı zayıf görünüyor. Yeni GSYİH serimize göre yüzde 6.5'lerin altında büyüme oranlarında işsizlik oranlarımız düşemiyor. Bu nedenle 2017 yılında işsizliğin düşmesi maalesef zor görünüyor.

Trump ve FED'in politikaları

2017 yılının ikinci yarısında Trump'ın korumacı politikalara gitmesi, FED'in 3'ten fazla faiz artırım sürecine girmesi, Euro Bölgesi ve Çin ekonomisine ilişkin risklerin artması, içeride ise jeopolitik risklerin azalmaması durumunda büyümede daha olumsuz bir senaryo ile karşılaşabiliriz. Söz konusu riskler döviz kurlarına da baskı yapabileceği için enflasyon beklentileri olumsuz etkilenecektir. Böyle bir durum,



büyümede yavaşlama ve yükselen enflasyon, yani hafif bir stagflasyon yaratabilir. Bunu en olumsuz senaryo ve görece düşük bir olasılık olarak kabul ediyoruz. Olasılığını daha güçlü gördüğümüz yukarıdaki ilk senaryo, yani 2017 yılının ilk yarısında büyümenin görece daha zayıf, ikinci yarısında daha güçlü olması.

Sonuç olarak, dünya ekonomisi 2009 krizi sonrası toparlanmakla birlikte bugüne kadar görece yavaş bir büyüme süreci geçirmekte. Bu süreçte siyasi ve jeopolitik birçok önemli değişim de yaşanmakta. Bu değişimlerin büyük bölümü de bulunduğumuz Ortadoğu bölgesinde. Türkiye ekonomisi de bu genel eğilimlerden etkilenmekte.

Önümüzdeki dönemde Türkiye ekonomisinin güçlü ve sürdürülebilir büyümesi için enflasyon ve faizlerin düşmesi çok büyük öneme sahip bulunuyor. Enflasyon riskini artıran en büyük unsur, döviz kurlarındaki artış gibi görünüyor. Kur riski ise büyük oranda cari açık ve döviz ikamesinin yüksekliğinden kaynaklanıyor. Politik ve siyasi risklerin azalması kadar cari açığın azaltılmasına yönelik atılacak her yapısal adım ve reform Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir ve güçlü büyümesine önemli katkı sağlayacaktır.



TİSK'in 26'ncı Genel Kurulu ve 54'üncü kuruluş yıldönümünü gerçekleştirdi

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) 26'ncı Genel Kurul Toplantısı ve Seçimleri, 2-3 Aralık 2016 tarihlerinde Ankara'da yapıldı. Kudret Önen (MESS) TİSK Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçilirken, sendikamız Yönetim Kurulu Üyesi Nevzat Seyok, TİSK'in yeni Yönetim Kurulu Başkan Vekili oldu. Ayrıca sendikamızdan üç isim; Eşref Akın, Nadir Yürüktümen ve Sinan Abeş de TİSK Yönetim Kurulu'na seçildi.



(Soldan sağa)
Bakan Dr. Mehmet
Müezzinoğlu; yeni TİSK
Başkanı Kudret Önen



Yağız Eyüboğlu

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) 26'ncı Genel Kurul Toplantısı ve Seçimleri, geçtiğimiz aralık ayında Ankara'da gerçekleştirildi. Seçimler sonrasında TİSK Yönetim Kurulu Başkanlığı'na Kudret Önen (MESS) seçildi. Yönetim Kurulu Başkan Vekillikleri'ne Nevzat Seyok (TTSİS) ve Tufan Ünal (ÇEİS) getirilirken; sendikamızdan Eşref Akın, Nadir Yürüktümen ve Sinan Abeş de TİSK Yönetim Kurulu'na seçildiler.

23 kişilik yeni Yönetim Kurulu şu üyelerden oluştu: Dr. Ertan İren, Bekir Burak Uyguner, Necdet Buzbaş, Ali Cüneyt Arpacıoğlu, Celal Koloğlu, Rıza Kutlu Işık, Erhan Polat, Erol Kiresepi, Hasan Özcan Aydılek, Celal Kaya, Özgür Burak Akkol, Av. Zekeriya Sancı, Metin Demir, Dr. Selim Yücel, M. Sinan Abeş, Nadir Yürüktümen, Eşref Akın, F. Fethi Hinginar, Adnan Çiçek, D. Solmaz Coşkun, Hüseyin Sözlü, İmran Okumuş, Dr. Mustafa Çöpoğlu.

Genel Kurul'a tüm delegelerin yanı sıra Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu, CHP Genel Başkan Yardımcısı Selin Sayek Böke, MHP Genel Başkan Yardımcısı Ahmet Kenan Tanrıku, TÜRK-İŞ Genel Başkanı Ergün Atalay, HAK-İŞ Genel Başkanı Mahmut Arslan, TESK Genel Başkanı Bendeve Palandöken, ILO Türkiye Direktörü Numan Özcan, üniversitelerin ve sivil toplum kuruluşlarının yönetici ve temsilcileri ile çok sayıda bürokrat katıldı. Ayrıca, sendikamızdan da toplam 43 delege Genel Kurul'a katılım gösterdi.

AB ile sarsılan ilişkiler

Genel Kurul Başkanlık Divanı'nın oluşturulması için yapılan oylama sonucunda Divan Başkanlığı'na Ahmet Hilmi Eren, Başkan Vekillikleri'ne Metin Demir ve Bekir Burak Uyguner; Divan Katiplikleri'ne Av. Şeyda Aktekin ve Av. Çiğdem Ayvazoğluyüksel getirildi.

Genel Kurul'un açılış konuşmasını yapan TİSK Yönetim Kurulu Başkanı Yağız Eyüboğlu, TİSK'e bağlı 21 İşveren Sendikası'na üye 10 bin şirketin, 1 milyon 230 bin istihdam sağladığını belirterek, Konfederasyon'un üretim, yatırım, ihracat ve istihdama sağladığı katkıya dikkat çekti. Eyüboğlu, bu şirketlerin modern



Dr. Mehmet Müezzinoğlu

TİSK Yönetim Kurulu Başkanı Yağız Eyüboğlu, Türkiye'de tüm çabalara rağmen verimliliğin artmadığını, üstelik bunun yanında iş gücü maliyetinin yükseldiğini söyledi.

sanayi ilişkileri, kurumsallaşma, kayıtlılık ve gönüllü teşkilatlanma ilkelerini de uyguladığını vurguladı.

Yağız Eyüboğlu, 2014 ve 2015 yıllarında siyasi belirsizlikler, Suriyeli mülteci krizi, Rusya ile siyasi ilişkiler, 15 Temmuz hain darbe girişimi gibi Türkiye ekonomisini derinden etkileyecek birçok sorunun yaşanmış olduğunu dile getirdi.

Türkiye'de tüm çabalara rağmen verimliliğin artmadığını, üstelik bunun yanında iş gücü maliyetinin yükseldiğini söyleyen Yağız Eyüboğlu, Türkiye ihracatında zayıflama görüldüğünü, sanayi sektörünün üretim artışı ve istihdam açısından güç kaybettiğini, kârlılığın azaldığını belirterek, hükümetin bu sorunları gidermek için uygulayacağını ilan ettiği yapısal reform programının sorunları çözmek için sağlayacağı katkının önemli olduğunu söyledi.

En büyük pazarımız AB ile sarsılan

ilişkilerin düzelmesinin Türkiye için önemli olduğunu söyleyen Yağız Eyüboğlu, 4. Sanayi Devrimi Stratejisi oluşturularak ekonomiye yön verilmesinin ve ülkemizin yatırımlara ve istihdama dair potansiyelini ortaya koyacak bir ortam oluşturulmasının gerektiğini belirtti.

TİSK'in son dönemde yaptığı çalışmalara da değindikten sonra Eyüboğlu, TİSK Onursal Başkanı Tuğrul Kudatgobilik'ten devralarak bugüne kadar büyük gururla yürüttüğü TİSK Başkanlığı görevini işlerinin yoğunluğundan dolayı sürdüremeyeceğini ve aday olamayacağını tekrar belirtti.

Genel Kurul'da konuşan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Dr. Mehmet Müezzinoğlu, TİSK'in Genel Kurul'unda bulunmaktan memnuniyet duyduğunu belirtti. Bölgedeki sorunların, ülkemiz ekonomisinde sıkıntılar yaşanmasına neden olduğunu da belirten Müezzinoğlu,



Selin Sayek Böke



Ahmet Kenan Tanrıku

ülkemin zorlukları aşarak bugünlere geldiğini ve sorunların aşılmasında samimi bir hükümet ve siyasi iradenin bulunduğunu vurguladı. Müezzinoğlu, terörle mücadele, sokağa çıkma yasakları, Rusya krizi, 15 Temmuz darbe girişimi gibi durumları aşabilen bir ülkenin karşısında motivasyonumuzu bozmanın

bu millete güvenmemek olacağını belirtti.

‘Ekonomik sırat köprüsü’

Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Genel Başkan Yardımcısı Selin Sayek Böke, TİSK’e üye sendikaların ve iş yerlerinin yarattığı istihdam ve ekonomi ile Türkiye’nin en büyük güçlerinden biri olduğunu söyledi. Artık Türkiye’de tedirginlikler, hayati riskler, tehlikeli olaylar yerine Sanayi 4.0 devrimine nasıl hazırlanılacağına tartışılması gerektiğini belirtti. Ayrıca, ihracatta en büyük pazarımız olan AB ile ticaretimizi korumak için OHAL’in kalkması gerektiğini de sözlerine ekledi.

Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkan Yardımcısı Ahmet Kenan Tanrıku, Türk sivil toplum hayatına, çalışma ve iş hayatına önemli katkıları olan TİSK’in Genel Kurulu’na katılmaktan onur duyduğunu belirtti. Tanrıku, toparlanmaya çalışan ülkemizin gerek dış, gerek iç gelişmelerden dolayı ekonomik anlamda adeta bir sırat köprüsünden geçtiğini belirtti.

TÜRK-İŞ Genel Başkanı Ergün Atalay, Genel Kurul’da yaptığı konuşmada AB’nin 57 yıldır Türkiye’yi kapısında tuttuğunu, Türkiye’nin tam üye olacak gibi Avrupa normlarına uymak üzere



Ergün Atalay



TİSK üyeleri Genel Kurul öncesi Anıtkabir’i ziyaret etti.

TÜRK-İŞ Genel Başkanı Ergün Atalay, Türkiye’nin tam üye olacak gibi Avrupa normlarına uymak üzere yasalarını değiştirdiğini, sırtımızı AB’ye dönmememiz gerektiğini vurguladı.

yasalarını değiştirdiğini, sırtımızı AB’ye dönmememiz gerektiğini vurguladı.

Ortak akılla çözüm

HAK-İŞ Genel Başkanı Mahmut Arslan da, TİSK’in örgütlendiği işyerlerinde işçi sendikalarının da örgütleneceğini, ülkemizin işçi ve işverenlerine güvendiklerini, bütün zorluklar karşısında ortak akılla çözümler arandığını, kampanyalar gerçekleştirdiklerini belirtti.

TESK Genel Başkanı Bendeve Palandöken ise yaptığı konuşmada,

sanayiciliğin çok önemli olduğunu, sanayicinin her zaman taşın altına elini koyan insan olduğunu belirtti ve ülkemizde yatırım yapmanın, girişimci olmanın ne kadar zor olduğuna değindi. Ayrıca, ülkemizin zor günler geçirdiğini vurgulayan Palandöken, huzur ve güven olmadan hiç kimsenin iş yapamayacağını, evinde bile oturamayacağını ifade etti.

Açılış konuşmalarının ardından Genel Kurul çalışmalarına geçildi ve belirlenen maddeler üzerinde konuşuldu. Ardından aynı gün içinde seçimler yapıldı.

GELECEK DİJİTALLEŞMEDE!

Amerika ve Avrupa ile karşılaştırıldığında online ticarete yolun başındayız. Ama konu mühim. Uzmanlar, "Perakende ticaretinin geleceği dijitalleşmede" diyor. Türkiye'de çift haneli büyümesiyle dikkat çeken e-ticaret pazarının dikkat çeken kalemlerinden biri de, hazır giyim. Peki, pazar ne gibi fırsatlar barındırıyor? E-ticaret nasıl artırılır? Trendler nasıl yakalanır? Cevapları araştırdık.

Türkiye'de 35 milyon kullanıcı cep telefonu üzerinden internet kullanıyor. Geçen yıl, kullanıcıların yüzde 24'ü bir ürün ya da hizmeti mobil olarak satın aldı.

Sektördeki yeni trendlerin iş modellerini değiştirmesi ve tüketici tercihlerinin değişmesiyle birlikte, Türkiye’de e-ticaretin hacmi her geçen yıl artıyor. 2015’te yüzde 31 oranında büyüyerek 25 milyar TL olan e-ticaret hacminin 2016 sonunda 31 milyar TL seviyesine çıkması bekleniyor.

Halihazırda, Türkiye’nin en büyük 100 perakende markasından 35’i henüz internet üzerinden satış gerçekleştiriyor. İlk 10’a baktığımızda ise, söz konusu firmaların sadece yarısının e-ticaret sitesi olduğunu

görüyoruz. Kayıtlı kredi kartlarının ise yüzde 60’ı henüz online işlemlerde kullanılmamış durumda. Verilere bardağın dolu tarafından baktığımızda, Türk e-ticaret pazarının dünya genelinde en büyük fırsatları barındıran pazarlardan biri durumunda olduğunu söyleyebiliriz.

Yıllık 50 milyon TL’nin üzerinde e-ticaret cirosuna ulaşan 50 civarında şirket olduğu tahmin edilen Türkiye pazarında, bir alt kırımlı olan 10-50 milyar TL aralığında ise yaklaşık 70-80 şirket bulunuyor. Hem bu sayılar açısından hem de derinlik

anlamında Türkiye pazarının büyüme devam etmesi bekleniyor. “Peki, bu süreçte Türkiye’de hazır giyim, ev tekstili, ayakkabı gibi alanlarda online perakendenin payı nedir, bu alanlar online perakendede büyüyor mu?” gibi soruların yanıtlarını aradık.

Sıralama nasıl?

Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) ve Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) tarafından hazırlanan 2015 e-ticaret raporunda, çok kanallı perakendenin payı

4.8 milyar TL olarak yer alıyor. Bunun içinde giyim ve ayakkabı, yıllık yüzde 25 büyüme ile 0.8 milyar TL ciro gerçekleştirirken, teknoloji kategorisinden sonra ikinci sıradaki yerini alıyor. Ev dekorasyon kategorisindeki büyüme oranı yüzde 34 olurken, bu alanın cirosu 0.5 milyar TL’lik bir hacim oluşturuyor.

TÜBİSAD verilerine göre, bu hacmin yüzde 36’sı tatil ve seyahat, yüzde 35’i fiziksel mağazası olmayıp sadece internet üzerinden satış yapan online perakende, yüzde 19’u hem internet üzerinden hem de fiziksel kanallardan satış yapan çok kanallı perakende ve yüzde 10’u online yasal bahis kategorilerinde gerçekleşti. En yüksek büyüme oranına erişenler, işlem hacmi 2.7 milyar TL’den 3.8 milyar TL’ye çıkarak yüzde 40 artan sahibinden.com ve gittigidiyor.com.

2014 yılında en düşük büyüme oranına (yüzde 10) sahip olan online özel alışveriş (üyelik modelli fırsat siteleri) kategorisinde ise, 2015’te yüzde 27’lik büyüme gözlemlendi. Bu sitelerin pazar büyüklüğü 1.8 milyar TL’ye çıktı. Türkiye’de e-ticaret pazarı kapsamında değerlendirilen ve sayısı altı olan online yasal bahis sitelerinin toplam büyüklüğü ise, yüzde 22 artışla 2.1 milyar TL’den 2.5 milyar TL’ye ulaştı.

Gelişmiş ülkelerin gerisinde

Perakende içerisinde e-perakendenin yaklaşık yüzde 2’lik bir hacim kapladığına dikkat çeken dijital ajans Positive A Digital Approach’un kurucu ortağı Caner İsti, “Bu oran gelişmekte olan ülkelerde yüzde 5 seviyelerinde, ancak ülkemizde de gelişmeye devam ediyor. Bu oran içinde hazır giyim önemli bir yer teşkil ediyor, aynı şekilde ayakkabı da en çok satış yapılan kategorilerden biri. Ev ve dekorasyon

Çoklu kanal artacak

In-store ordering (mağaza içinde satın alma) ise yine bu yıl pek çok markanın gündeminde. Hatta bazı markalar, mağazalarına koydukları tabletler ve kiosklar aracılığıyla ilk pilot uygulamalara başladı bile. Bunun benzeri uygulamalara Boyner de yakında başlayacak. Boyner mağazalarında tüm satış danışmanları ellerindeki akıllı tabletlerle o an mağazada olmayan farklı renkte veya bedende ürünler ile tamamen farklı ürünleri müşterilerin satın almasını kolaylaştıracak. Önümüzdeki süreçte müşterinin istediği şeyi istediği yerden istediği zamanda alabilmesi yaygın bir trend haline gelecek. Müşteriler dijital reklamlarda ne görüyorlarsa aldıklarının da o olmasını isteyecek. Perakende sektöründe, bugün iş yapan birçok orta ve küçük ölçekli mağazanın yerini ikinci el ürün odaklı işlerin alması da muhtemel görünüyor.



CANER İSTİ / POSITIVE A DIGITAL APPROACH KURUCU ORTAĞI

Mobil ve omni-channel tetikliyor

Sektördeki dijital dönüşümü tetikleyen en büyük iki unsur, mobil ve omni-channel kavramı oluyor. Positive olarak yaklaşık iki yıl önce mağaza içi satış uygulamaları ile bugünlerde üzerine çokça konuştuğumuz ilk omni-channel örneklerini uygulamaya başladık. Amerika ve Avrupa ile karşılaştırıldığında yolun çok başındayız. Omni-channel konusu neredeyse tüm perakende ticaretinin geleceğini oluşturuyor. Beş yıl sonra artık sadece e-ticaret kavramından bahsetmeyebiliriz, çünkü e-ticaret ve geleneksel perakendecilik birbirlerini destekleyerek geleceğin iş yapış modeli olacaklar.

Şirketler için e-ticaret satışını artırmanın 8 yolu

- Satış sitenizi çok güçlü bir tasarımla hazırlayın.
- İnternet sitenizin içeriğini sürekli güncelleyin.
- Satışını yaptığınız ürün fotoğraflarının kaliteli olmasına özen gösterin.
- E-ticaret sitenizde mutlaka müşteri hizmetleri sayfası oluşturun.
- Web sitenizi mobil uyumlu hale getirin.
- Sosyal medya platformları, mobil uygulamalar, sadakat programlarıyla çok farklı araçla daha çok müşteriye ulaşın.
- Siparişlerinizi gönderirken yanında promosyon ve ürün tanıtım broşürleri gönderin.
- Online pazarlama faaliyetleriniz için reklam bütçesi ayırın.

kategorisi de özellikle son yıllarda artış gösteriyor” diyor. Özellikle bu yıl perakende sektöründeki dijitalleşme süreci ile birlikte çok daha hızlı yol alınacağına işaret eden Caner İstı, önümüzdeki yıl hem gerçekleşen işlem hacmi hem de büyüme oranlarının bunun çok üzerine çıkmasını beklediklerini söylüyor.

Perakende sektörü içerisinde e-perakendenin hacmi dünya genelinde ise, ortalama yüzde 7 seviyesinde. Bu oran, Batı Avrupa ülkelerinde yüzde 11 seviyesine ulaşmış durumda. Türkiye’de e-perakendenin payının yüzde 2’ler seviyesinde olduğunu hatırlatan İstı, “Bu rakamlar şimdilik bize uzak gibi görünse de, büyüme hızına baktığımızda aradaki farkın beş yıl içerisinde kapanacağını söyleyebiliriz. Bu süreçte perakende markalarının e-ticaret siteleri, ciro bazı mağaza sıralamasında ilk basamaklarda yer alacak. Aynı şekilde perakende markalarının pazarlama ve satış stratejilerinde e-ticaret siteleri temel belirleyici olacak” diye konuşuyor.

Kriz dönemlerinde online büyüyor

E-ticaretin gelişimine bakıldığında, hem dünyada hem de ülkemizde özellikle kriz dönemlerinde büyük artışların yaşanmasına dikkat çeken İstı, “Özellikle son dönemlerde birbiri ardına gelen mağaza kapanma haberleri ile verimlilik kavramı giderek önem kazanıyor. Yüksek AVM kiralrı ve cadde mağazalarının kiralrındaki artış, perakendeciler için de küçük metrekarelerde verimliliği ön plana çıkarıyor” diyor.

Mağaza, online, mobile ve in-store gibi farklı kanalların entegre kullanımını sağlayan omni-channel stratejilerinin benimsenmesi büyüme için kritik



İLKER BAYDAR / MARKAFONİ CEO'SU

5 milyon dolar yatırım yapacağız

Markafoni.com’da site trafiğinin yaklaşık yüzde 61’i, satışların ise yüzde 50’ye yakını mobil tarafta gerçekleşiyor. 2016 yıl sonu ve 2017 yılı yatırım planlarımızı teknoloji platformumuz üzerine kurduk. Üç yıl içerisinde 5 milyon dolar yatırım yaparak büyümeyi ve kısa dönemde yeni pazarlar elde ederek yurtdışına açılmayı hedefliyoruz. Amacımız sınır ötesi satışlarımızı başlatarak şirketimizi uluslararası platforma taşımak. 2016 yılında yüzde 15-20, 2017 yılında ise yüzde 35-40 büyüme hedefliyoruz.



önem taşıyor. Giderek dijitalleşen dünyanın etkilediği temel sektörlerden birisi de kuşkusuz perakende sektörü. Perakendedeki bu dijital dönüşümünün sebebi, diğer sektörlerle nazaran, olağan teknolojik gelişim değil aksine müşteriden gelen talepler. Geçmişten bugüne perakende sektöründeki değişimi tetikleyen, tüketicilerin ihtiyaç ve beklentileri oldu. Dijitalleşen tüketicinin beklentilerini karşılamaya çalışan sektör firmaları, müşterilerinin beklentilerini daha iyi karşılayabilmek için dijital dönüşüm sürecine de adım attı.

Yeni yatırımlar

Perakendede dijital kanala büyük yatırım yapanlardan biri de Boyner Grubu. E-ticaret alanında ciddi bir değişim ve gelişim sürecinden geçtiklerini ifade eden Boyner

E-Ticaret & Müşteri İlişkileri Genel Müdür Yardımcısı Onur Aydın, yeniden yarattıkları sitelerinin yıl sonunda kullanıma açılacağını söylüyor. Mobilden gelen cirosu geçen yıl bu tarihlere göre yüzde 128.2 artan Boyner’de mobil kanal toplam online cirosunun yüzde 16.8’ini oluşturdu. Bu yıl ise eylül dönemine kadar toplam online cironun yüzde 26.6’sını sadece mobil kanal oluşturdu. Onur Aydın, “Son üç yılda online kanaldan yaptığımız ciro dokuz katına çıktı. Boyner.com.tr olarak bu yılı yüzde 70 büyüme, mobil sitemizde de yüzde 130 büyüme ile kapatmayı hedefliyoruz. Online satışlarımızın tüm Boyner satışları içerisindeki payı her geçen yıl artıyor. Önümüzdeki yıllarda online satışların tüm satışlarımız içindeki payının yüzde 10 seviyelerine gelmesini bekliyoruz” diyor. Teknoloji perakendecilerinin dijital

kanala yatırımları da artış gösteriyor. Bu alanda Bimeks de bu kanaldan satışlarını artıran şirketlerden. 2015’e göre e-perakende satışları yüzde 35 arttı, cironun da yüzde 12’si e-perakende satışlardan geldi. Bu yıl ise bu oran yüzde 14 civarında seyrediyor. Bu yıl sonunda cironun yüzde 14-15’inin e-perakende satışlarından gelmesini bekleyen Bimeks, yıllar içinde omni-channel iş modeline 10 milyon TL’yi aşkın yatırım gerçekleştirdi. Bu yıl da yeni web yazılımının geliştirilmesi ve web sitesi ara yüzünün tasarımı için 2 milyon TL yatırım yaptı. Mobil ticarete yönelik yeni uygulaması da devreye girecek.

Cirolar artıyor

Online kanala yatırım yapan şirketlerden biri olan LC Waikiki’nin 2015 yılında internet satış cirosunun yüzde 30’u

İnternette alışverişin tüketicie sağladığı 6 avantaj:

1. Hızlı alışveriş
2. Daha fazla ürün seçeneği
3. İndirim fırsatlarını takip edebilme
4. Farklı ödeme olanakları
5. Fiyat karşılaştırması yapabilme
6. Ürünü almadan önce hakkındaki yorumları okuyabilme

Yeni trendler neler?

Dijital ticaret hızla değişirken yeni trendler de ortaya çıkıyor. Yeni trendler arasında; gerçek zamanlı data analizleri, aynı gün teslimat, kişiye özel teklifler ve coğrafi hedefleme sayılabilir. Bütün dünyada e-ticaret artık omni-channel (çoklu kanal) çözümlere yöneliyor. Tüketiciler, hangi kanalda olursa olsun, ister cep telefonu, ister bilgisayar, isterse fiziksel mağaza, aynı şekilde hizmet almak istiyor ve alışveriş deneyimlerinin farklılık göstermesini istemiyor. Bu da omni-channel ile sağlanıyor. Bir diğer trend ise tüketicilerin almak istedikleri ürünler için internet üzerinden sipariş verip, ürünler hazır olduğunda, sipariş verirken seçtikleri mağazadan teslim almalarını sağlayan click&collect sistemi. Markalar, yakın gelecekte yaygınlaşacak bu sistemden elde edilen veriler sayesinde, mağazalarında hangi ürünlerden, ne sıklıkta stok bulundurulacağına da karar verebilir hale gelecek. Türkiye’de click&collect’in yaygınlaşmasını sağlayacak temel motivasyon kargo ücreti. Türk tüketicilerinin yüzde 59’u satın alma kararını teslimat ücretine göre veriyor. Ücretsiz kargo, satın alma kararında en büyük etkiyi oluşturuyor.

mobil ve tablettten gelirken, bu yıl mobil ve tablettten gelen ciro oranı yüzde 50’ye ulaştı. LC Waikiki E-Ticaret Direktörü Salih Yılmaz, “İnternet satışlarımızda hedefimiz yüzde 3’e ulaşmak. Online-offline bağlantısını sağlamak adına 2016 yılı bitmeden önemli yatırımlarımız olacak. 2017 yılının ilk yarısında çok ciddi bir yatırım ile Avrupa Birliği içinde yerel operasyona başlamayı planlıyoruz. Bunu Rusya ve Mısır takip edecek” diyor.

Ziylan Grubu da online ayakkabı mağazası FLO.com.tr ile altı yıl içinde 170 katın üzerinde büyüdü. 2016 yılını ise 60 milyon TL ciro ile tamamlamayı hedefliyor. Ziylan Grup E-Ticaret Direktörü Zeynep Dura, “Ziyaret sayısı aylık yaklaşık 5 milyon kişiye ulaştı. Bu ziyaretlerin yüzde 60’ı mobil cihazlar üzerinden gerçekleşirken,

Bankalararası Kart Merkezi’ne göre, mobil ödemelerin toplam e-ticaret içindeki payı 2015’te yüzde 16’dan yüzde 28’e yükseldi.

mobil cihazlardan gerçekleşen ziyaretlerin yüzde 40’ı satışa dönüştü. Bu yıl ciromuzun yaklaşık yüzde 4’ünün internet satışlarından gelmesini öngörüyoruz” diyor.

Mobil kanal da büyüyor

E-ticarette olduğu kadar mobil ticarette de büyüme var. Positive A Digital Approach verilerine göre, mobil cihazlardan gelen trafikte geçen yıl yüzde 50’nin üzerine çıkan ziyaret oranları, bu yıl kimi kategorilerde yüzde 70-80’lere ulaştı. Bu sadece e-ticaret siteleri için değil, kurumsal siteler için de aynı şekilde ilerliyor. Türkiye’de 35 milyon kullanıcı cep telefonu üzerinden internet kullanıyor. Kullanıcıların yüzde 24’ü bir ürün ya da hizmeti mobil olarak satın aldı, yüzde 54’ü bir ürünü mobil olarak aradı ve yüzde 40’ı ise bir e-ticaret sitesini ziyaret etti.

Bankalararası Kart Merkezi’nin (BKM) raporuna göre, mobil ödemelerin toplam e-ticaret içindeki payı 2015’te yüzde 16’dan yüzde 28’e yükseldi. Dünya genelinde ise mobil alışverişin lideri Çin ve ABD. Mobil üzerinden alışveriş yapan 340 milyon kullanıcı sayısı ile Çin ilk sırada yer alıyor. ABD’de ise kullanıcı sayısı 122 milyon. Toplam m-ticaret (mobil ticaret) pazar büyüklüğü Çin’de 319 milyar dolar iken, Amerika’da 104 milyar dolar düzeyinde bulunuyor. Amerika’da toplam e-ticaret pazarının üçte biri mobil üzerinden gerçekleşiyor.

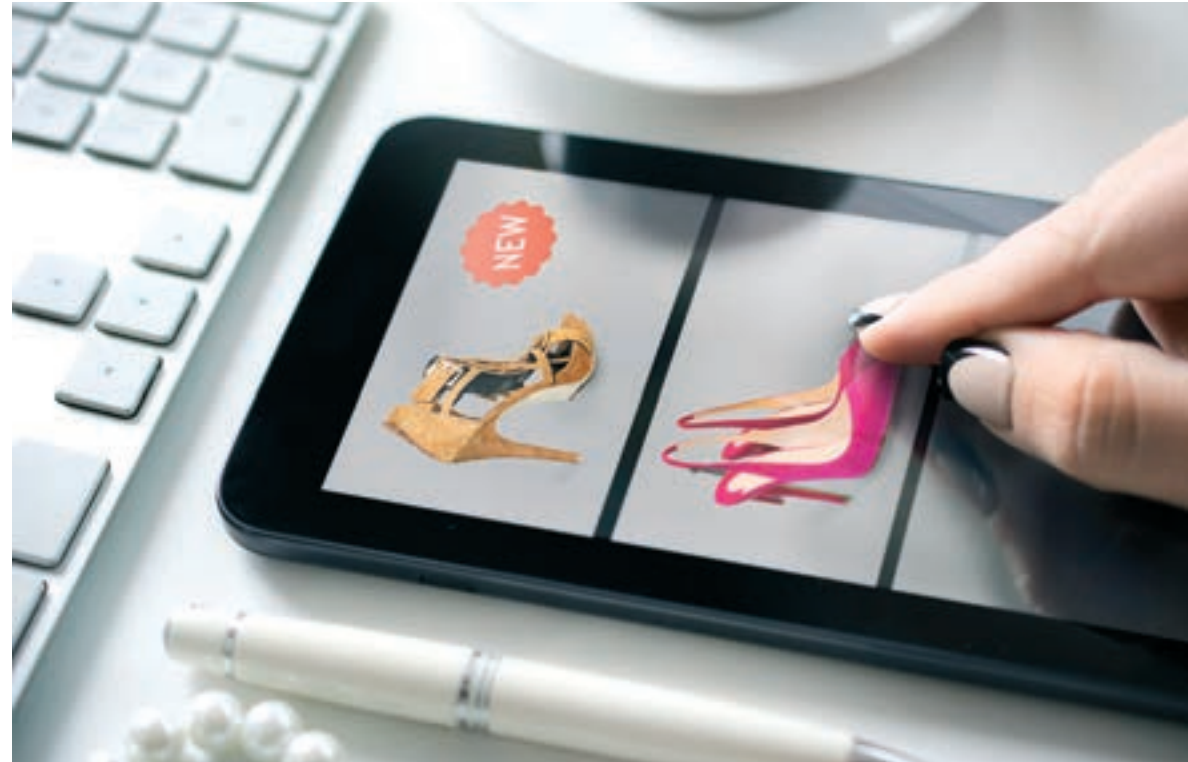
Diğer bir araştırma şirketi Criteo’nun raporuna göre ise Türkiye’de mobil ticaretin payı yüzde 31. Criteo Gelişen Pazarlar Yönetici Direktörü Dirk Henke, “2015 yılının ikinci çeyreğinde bu oran sadece yüzde 19’dur. Bir yılda yüzde 63’lük artış var. Hatta mobilin Türkiye’deki lider e-ticaret şirketlerinin satışlarındaki payı yüzde 51. Yani bu şirketler şimdiden mobil üzerinden masaüstüne göre daha fazla satış yapıyor. Bu, Türkiye’yi mobil ticaret açısından en hızlı büyüyen pazarlardan biri yapıyor” diyor.

Nasıl bir yol izlenmeli?

E-ticaretin gelişmesinin önemli boyutları var. Elektronik ortamda ürün ve hizmetlere erişimin hem rahat hem de 7/24 ulaşılabilir olması tüketiciler için ilgi çekici olurken, satıcılar için de offline

olarak ulaşamadıkları geniş kitlelere erişim fırsatı yaratarak rekabetin farklı bir boyuta taşınmasını sağlıyor.

TÜBİSAD E-Ticaret Komisyonu Başkanı Burak Ertaş, lojistik giderleri, mağaza giderleri, personel giderleri ve daha büyük kitlelere ulaşabilme gibi konularda e-ticaretin cazip bir yatırım alanı olarak öne çıktığını söylüyor. Ertaş, “Büyümeyi desteklemek için iş zekâsı, dijital pazarlama



ve en önemlisi nitelikli insan yatırımları çok önemli rol oynuyor” diye konuşuyor.

ETİD Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Orhun da e-ticarete atılan bir perakendeci için başlangıçta yüzde 5 gibi bir e-ticaret hedefi düşünmenin olumlu olacağını ifade ediyor. Orhun, “Bu hedefe ulaşmak için üç yıllık bir plan yapılabilir. Mobil ticaret ise e-ticaretin içinde yer alacak. Başlangıçta

Havayolları, elektronik, giyim, kitap ve müzik sektörü, e-ticarette en fazla paya sahip alanlar.

mobil uyumlu site yeterli olacakken, ileride mobil uygulamanın da içinde olduğu bir omni-channel projesi düşünülmeli” diyor. Orhun’a göre, unutulmaması gereken bir nokta da, başarılı bir e-ticaret sitesinin fiziksel kanalların cirosuna da olumlu katkı yapacağı.

Farklılaşan kazanacak

Morhipo.com Genel Müdürü Şule Kuban Arditti, gelecekte e-ticaret hizmetlerini farklılaştıran, müşterilerin hayatını kolaylaştıran ve bunu tüm kanallardan aynı şekilde yapan şirketlerin ayakta kalabileceğini söylüyor. Büyüme stratejilerinin ürünlerini tüm kanallardan satışa sunma olduğunu ifade eden Arditti, “Her yıl yüzde 50’nin üzerinde bir büyüme ortaya koyuyoruz. 2017 yılında müşterilerimizin yüzde 60-65’inin

mobil üzerinden alışveriş yapacağını öngörüyoruz. Bu nedenle mobile olan yatırımlarımız hız kazandı” diyor.

Yemeksepeti.com COO’su Nedim Nahmias da e-ticaret hacminin büyük kısmının mobile kaydığını ifade ederek, Yemeksepeti’nden verilen siparişlerin yüzde 62’sinin mobilden verildiğini kaydediyor. Nahmias, “Şu

anda uygulamalarımız toplam 5 milyon download aldı. Türkiye genelinde ise gelişmenin süreceğini ve online içinde mobilin payının birkaç yıl içerisinde yüzde 50 seviyesine sabitleneceğini öngörüyorum” diye konuşuyor. Havayolları, elektronik, giyim, kitap ve müzik sektörünün e-ticarette en fazla paya sahip alanlar olduğunu söyleyen Nahmias’a göre, önümüzdeki dönemde özellikle müzik ve foodtech sektörünün daha da hızlı gelişmesi bekleniyor.

Kâra geçti

Trendyol’un bu yıl yüzde 100’ün üzerinde büyüdüğünü ve moda e-ticaret sektöründe kâra geçen tek şirket olduğunu söyleyen Trendyol Kurucu Ortağı Demet Mutlu, “2015 yılında 600 milyon TL ciro açıklayarak Türkiye’de kâra geçen ilk e-ticaret sitesi olduk. 2016 yılında 1 milyar TL’nin üzerinde ciro yapacağız. 2017 hedefimiz ise ciromuzu 1.5 milyar TL’nin üzerine çıkarmak” diyor. Trendyol, ayda 35 milyon ziyaret alıyor ve yılda 20 milyondan fazla ürünü müşterilere ulaştırıyor. Demet Mutlu, “Mobilin e-ticaret pazarının büyümesinde katkısının olacağını düşünüyoruz. Trendyol mobil uygulaması 3 milyondan fazla müşterimiz tarafından download edildi. Trafik ve satışımızın yüzde 70’den fazlası mobilden geliyor ve mobilin payı yüzde 150 büyüyor” diye konuşuyor. 2016 yılının ilk yarısı itibarıyla GittiGidiyor toplam trafiğinin de yüzde 62’si mobilden geliyor. Mobil ziyaret sayısı ise yılın ilk yarısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 60 artarak 138.5 milyona ulaştı. GittiGidiyor Genel Müdürü Öget Kantarcı, “2015 yılında yüzde 48’lik büyüme gerçekleştirdik. 2016 yılına sektör büyümesini yüzde 25-30 seviyelerinde öngörerek girdik. Bu yıl da 2017 için sektör büyümesinin yaklaşık iki katı bir büyümeyi hedefledik” diyor.

Fiziksel mağazalar yok olur mu?

E-ticaretin genel perakende içindeki payı, yüzde 1.3. Bu oran dünyada ortalama yüzde 7 iken, İngiltere’de yüzde 11’e kadar çıkıyor. Bu yılın sonunda Türkiye’deki e-ticaretin toplam perakende alışverişlerine oranının da yüzde 2’ye çıkması bekleniyor. Araştırma şirketi eMarketer, e-ticaretin küresel perakende içindeki payının 2016 sonunda yüzde 6 olacağını gösteriyor. eMarketer’a göre, 2015’te 20.7 trilyon dolar hacminde olan küresel perakende ticareti, bu yıl 22 trilyon dolara çıkacak. Yani, henüz gidecek çok yolumuz var. Uzmanların öngörülerine göre, gelecekte fiziksel mağazalar yok olmayacak, ancak mağaza içi alışveriş bir eğlence türü olarak değişecek. Mağazalar daha interaktif olacak ve tüketicilere daha güzel deneyim sunacak. Alışveriş M2M ve IoT gibi yeni çıkan teknolojiler, satın almaya giden yolu değiştirecek. Bu beklentilerle perakende şirketleri de yatırımlarını artırıyor.

'MİLLİ PAMUK' ÇAĞRISI

Üreticiden tüccara, sanayiciden üst düzey yöneticiye pamuk sektörünün önemli aktörleri, İzmir'deki Ulusal Pamuk Zirvesi'nde buluştu. 'Milli Tarım, Milli Pamuk' sloganıyla gerçekleştirilen zirvede, Türkiye'nin, yaşadığımız zor günlerde dışa bağımlı olmadan üretebilmesinin ve üretimde bağımsızlık politikasının önemine dikkat çekildi.



Ulusal Pamuk Zirvesi'nin adresi bu kez İzmir'di.

Ulusal Pamuk Konseyi'nin (UPK) sektöre ilişkin gelişmeleri değerlendirmek, sorunları tartışmak ve çözüm önerileri getirmek amacıyla iki yılda bir düzenlediği Ulusal Pamuk Zirvesi'nin dördüncüsü 16 Aralık'ta İzmir'de yapıldı.

Pamuk sektöründen üst düzey yöneticiler, uzmanlar, üreticiler, tüccarlar, sanayiciler ve araştırma-meslek kuruluşu temsilcilerini bir araya getiren zirvenin sloganı, 'Milli Tarım, Milli Pamuk'tu.

Daniş: “Pamuk ithalatını sonlandırmamız gerek”

472 kişilik katılımı ile gerçekleşen zirvenin açılış konuşmasında, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakan Yardımcısı Mehmet Daniş, dünya ve Türkiye'de gıda tüketimi ve tarımsal alanların yok edilmesine değindi. Bakan Yardımcısı, tarımsal alanların korunması ve kullanılması için Türkiye'de 184 ovanın tarımsal SİT alanı ilan edileceğini belirtti.

“Dünyada her gün 12 hektar alan yok oluyor. Eğer biz tarımsal üretimi sağlamazsak, tarımda yetersizlik ve arz açığı kaçınılmaz olacak”

diyen Daniş, Türkiye'nin 2023 hedefleri için havza bazlı modele geçildiğini hatırlattı ve “Tarım ve hayvancılık stratejik önemini sürdürecektir, tarımla uğraşmaktan vazgeçmeyeceğiz” dedi.

Pamuğun sanayi için taşıdığı büyük önemin de altını çizen Daniş, “Tekstil hazır giyim ihracatı 26 milyar dolar ile zirvede yer alıyor. Pamuk her alanda önemli, 3 milyon insan geçimini pamuktan sağlıyor. Pamuk üretiminde dünyada 8'inci, tüketiminde 4'üncü sıradayız” dedi ve pamuk üretimindeki sıkıntıları

|| Tarımsal alanların korunması ve kullanılması için Türkiye'de 184 ova tarımsal SİT alanı ilan edilecek.

aktardı. “Pamuk ekim alanlarımız yarı yarıya azalmıştır. Bizi mutlu eden ise pamuk üretimindeki verim artışıdır” diyen Daniş, “2002'de hektar bazında 353 kilogram ürün elde edilirken, 2015'te 553 bine çıkarılmıştır. Bu çerçevede artık pamuk ithalatını sonlandırmamız gerekiyor. Bu potansiyelimiz var. Pamuk ihtiyacını kendi kendimize karşılayabileceğimiz gibi ileride dışarıya da satacak hale gelebiliriz” dedi.

Kocagöz: “1 milyon ton hedefi çok yakın”

Zirvede konuşan UPK Başkanı Barış Kocagöz de sektörün yaşadığı zorluklara değindi.

“Bu denli stratejik bir tarım ürünü olan pamuk için, ne yazık ki üretimimiz 930 bin tondan 400 bin tonlara kadar düşmüştü. Bunun en büyük nedeni; üretimin rakip ülkelere göre çok daha olumsuz koşullarda yapılmasına bağlı olarak maliyetlerin yüksek olmasıdır. Bu nedenle üreticimiz; üretimi daha

kolay, geliri daha yüksek alternatif ürünlere kaymıştır. Bunun yanında, Türk üreticisi destekleme primi ile desteklenmese, bırakın 400 bin tonu 1 kilogram dahi pamuk üretiminin de olmayacağı gerçeği önümüzdedir” diyen Kocagöz, “Ne mutlu ki, son yıllardaki olumlu uygulamalar ile üretimimizi tekrar 800 bin ton seviyelerine yaklaştırdık. Buna rağmen, bu stratejik ürünlerdeki açığımızı her yıl 800-900 bin ton

ithalat yaparak karşılayabiliyoruz ve bunun için her yıl 2-2.5 milyar dolar bedeli yurtdışına, diğer üreticilere ödemek zorunda kalıyoruz. Halbuki önceki yıllardaki ekim alanlarına dönebilirsek, bugünkü verimlerimiz ile 1 milyon 400 bin ton üretim rakamlarına ulaşmamız hayal değil. Eğer niyet edilen bu doğru adımların uygulaması doğru kurgulanırsa, 2 yıl içinde, başından beri konseyimizin kritik hedef olarak önerdiği 1 milyon tona ulaşmamız çok yakın” dedi.

Prof. Dr. Ediz Ulusoy moderatörlüğündeki zirvede; pamuk borsası, lisanslı depoculuk, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından başlatılan Milli Tarım Projesi, tohumculuktaki son durumumuz ve pamukta iyi uygulamaların ele alındığı teknik oturumlar da gerçekleştirildi.

Sektörde heyecan yaratanlar

Zirvenin ardından Ulusal Pamuk Konseyi bir sonuç bildirgesi yayımladı. Bildirgede;

- 2017 yılında başlayacak ve üç yıl sürecek Milli Tarım Projesi ile doğru



havzada doğru ürüne verilecek 'Alan Bazlı Üretim Destekleri'

- Mazot tüketiminin yarısının devlet tarafından karşılanması
- Gübre edinmede KDV muafiyeti
- Desteklerin halen yapıldığı gibi üretimi takip eden yılda değil, aynı üretim yılı içinde ve ekim sezonunda yapılması
- Lisanslı depolarda depolama maliyetlerinin desteklenmesinin sektör tarafından olumlu karşılandığı ve heyecan yarattığı vurgulandı.

Öneri ve istekler

Sonuç bildirgesinde, zirve sonucu ortaya çıkan öneriler ve istekler de sıralandı;

- Önceki yıllarda yaşanan suistimallere karşı alan bazlı destek kapsamında başvuru dosyalarında sadece alan bilgileriyle yetinilmemesi, bunların yanı sıra mutlaka üretim evrakları da istenmeli.
- Mazot ve gübre desteği, alan bazlı üretim desteğinden ayrı değerlendirilmeli.
- Pamuk için alan bazlı destek miktarının belirlenmesinde alternatif ürünlere gümrük koruması sağlayan dolaylı destek politikaları dikkate alınmalı.
- Ülkemiz pamukçuluğunun

gelişmesinde önemli rol oynayan lisanslı depoculuk ek teşviklerle desteklenmeli, lisanslı depoculuğa ton başına 7 TL olarak verilen destek geçen zaman içerisinde yükselen depolama maliyetleri oranında arttırılmalı.

- GDO'suz pamuk üreten üç dünya ülkesi (Türkiye, Yunanistan, İspanya) arasından en büyüğü olarak, ülkemizde Ulusal Pamuk Konseyi'nce tescili yapılan 'GMO Free Turkish Cotton-GDO'suz Türk Pamuğu' kalite kimliği kullanımı teşvik edilmelidir. GDO'suz yerli çeşitlerin gelişimi ve bağımsızlığımız adına yerli pamuk tohumculuğumuz desteklenmeli.
- Ülkemiz tohum sanayinin bitki ıslahı, çeşit geliştirme ve tohum teknolojisi alanlarında Ar-Ge çalışmaları güçlü bir şekilde desteklenmeli, bitki ıslahçı kuruluşları/tohum şirketleri dünya ile rekabet edecek yapıya kavuşturulmalı.
- Çırcır ve preseleme işletmeleri günümüz ihtiyaçları doğrultusunda rehabilite edilmeli, mevcut çalışma usul ve esasları gözden geçirilerek yenilenmeli.
- Pamuk standardizasyonu, sektör ihtiyaçlarına göre, ülke koşulları dikkate alınarak yenilenmeli ve yerli pamuk kullanan sanayi desteklenmeli.



Doğadan ilhamla dokudular

‘Bambu’, ‘Yosun Etkisi’, ‘Lightning’... Güzel sanatlar fakültelerinden yetişen üç genç, isimlerini doğadan alan tasarımlarıyla bu yılki Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması’nın kazananları oldu. Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği’nin düzenlediği yarışma, sektöre güç katacak genç yeteneklere yol açıyor.

Dokuma kumaş alanındaki birikimi tasarım kültürüyle birleştirmek isteyen Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması, beşinci yılını geride bıraktı. 2012 yılından bu yana Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) bünyesinde düzenlenen yarışma, Ekonomi Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin katkısıyla gerçekleştiriliyor. Bölgedeki sektör temsilcileri, tekstil ve moda tasarımcıları ile akademisyenlerden oluşan seçici kurulun oylarıyla, bu yılın ilk üçü güzel sanatlar fakültelerinden çıktı. “5 yıllık süreçte 311 genç tekstil tasarımcısı ile tanışmamıza vesile olan yarışmamızın, özellikle bölgemize önemli bir dinamizm getirdiğine inanıyoruz” diyen ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kivanç, bu yarışmanın Ekonomi Bakanlığı’nın

tasarıma yönelik düzenlediği yarışmalar arasında ‘dokuma kumaş’ alanına ve tasarımına yönelik tek yarışma olmasına dikkat çekiyor. Yarışmacılar tasarımlarında, esinlendikleri bir fikir veya bir tema doğrultusunda, bilgi toplayıp analiz etme ve yorumlama düzeylerini; yaratıcı ve özgün tasarım süreçleri ile bunları ürüne aktarma becerilerini sergiliyor. Peki, bu yarışmaya neden gerek görüldü? Kivanç, bunun en önemli sebeplerinden birinin Adana bölgesinin dokuma kumaş alanındaki uzmanlaşması olduğunu belirtiyor: “Kumaşı herkesin dokuyabileceğini, ama tasarımı

herkesin tasarımı yapabileceğini

yapanların ürünü satabileceklerini ve ihracat yapabileceklerini görüyoruz. Bu yüzden tasarıma çok önem veriyoruz.”

Yarışmada ortaya çıkan tasarımlar, seçici kurul tarafından iki aşamada seçiliyor. Öncelikle 10 finalist belirleniyor, daha sonra finalistler arasından yarışma kriterleri göz önünde bulundurularak en başarılı üç tasarımcı ve tasarım belirleniyor.

Bu yılki jürinin konuk ismi İspanyol firması Desigual’ın Kreatif Direktörü José Castro da, Adana’nın kumaş potansiyelini görüp, Türkiye’de üretilen koleksiyonlar ve finalistler ile tanıştı.



YARIŞMANIN 1’İNCİSİ: MERVE CİNGÖZ

İZMİR DOKUZA EYLÜL ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ, TEKSTİL TASARIMI, 4. SINIF ÖĞRENCİSİ

Sadeleştirilmiş tekniklerle, çift taraflı kullanılabilen tasarımı ‘Bambu’ ile 10 bin TL’lik ödülün ve iki yıl süre ile yurtdışında eğitim bursunun sahibi oldu.

Tasarımlarında doğadan beslendiğini dile getiren Merve Cingöz, “Bu işin içinde olunca, bir süre sonra her şeye tasarım diye bakar oldum. Sosyal medyada bambu ormanlarında çekilmiş bir fotoğraf gördüm ve ‘Bunlardan ne güzel kumaşlar olur’ diye düşündüm. Araştırmaya başlayınca, bambunun çeşitli kültürlerde şansı, uzun ömrü, dürüstlüğü, temizliği ve dostluğu simgelediğini öğrendim. Bu görsel ve felsefi güzelliği tasarımlarımda yaşatmak istedim” diyor. Sektördeki ihtiyacı ve tüketici talebini karşılayabilecek, aynı zamanda tasarımsal nitelikler taşıyan kumaşlar yapmayı hedeflediğini belirten Cingöz, iplik seçiminde bambu, pamuk, polyester içerikli iplikler kullandığını söylüyor. Yarışma sayesinde yeni arkadaşlar edindiğinin ve sektör profesyonelleriyle tanıştığının altını çizen Cingöz, “Yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılma imkânı yakaladım. Kendi tasarımlarımın üretim sürecini gördüm. Yaşadığım deneyimleri ne stajlardan ne de okuldan edinmek kolay. Tasarımlarıma profesyonel bir ekibin hazırladığı dans şovunu izlemenin gururu ise tarif edilemez” diye anlatıyor hislerini. Merve Cingöz, yurtdışında yüksek lisansını tamamladıktan sonra dokuma ve baskıyı harmanlayarak kumaş tasarımı yapmaya devam etmek istiyor.

1’inci Merve Cingöz’ün kumaşı ‘Bambu’

Bu sene ödül töreni kapalı alandan çıkarıldı ve geçtiğimiz ekim ayında Adana’daki 2 bin yıllık tarihi Taş Köprü üzerinde gerçekleştirildi. Beyhan Murphy ve ekibi muhteşem bir dans şovuyla kumaşları adeta dile getirdi ve her tasarımcının kumaşı için farklı bir hikâye uyarladı.

Zeki Kivanç, “Hem bölgemizin hem de ülkemizin ihracat potansiyelinin artırılması, hem Çukurova’nın unvanı olan tekstil sektörünü beslemek için özellikle tasarıma önem vermeliyiz”

diyor. Yarışma sayesinde hem genç tasarımcıların hem de Türk tekstil sektörünün önemli kazanımlar elde ettiğinin altını çizen Kivanç, bu yıl ilk kez hayata geçirdikleri bir işbirliği sonucunda önemli geri dönüşler aldıklarını söylüyor. Kivanç şöyle anlatıyor:

“Bu yıl, LCW Kurumsal Akademi ile finale kalan 10 genç tasarımcımız 8 günlük bir



YARIŞMANIN 2'NCİSİ: CANSU ÇEVİK

ADANA ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ, TEKSTİL VE MODA TASARIMI MEZUNU

Doğanın örtüsü olduğunu düşündüğü kara yosunlarını doku ve renk olarak kumaşlara yansıttığı projesi 'Yosun Etkisi' ile 7 bin liralık para ödülünün sahibi oldu.

Doğanın mükemmel bir tasarım atölyesi olduğunu ve bunu muhakkak kullanması gerektiğini düşünerek yola çıkan Cansu Çevik, kumaşları tasarlarken ilk önce görünümlerinin yosunları andırmasını istemiş. Daha sonra yosunların dokusal özelliklerini inceleyerek bu özellikleri kumaşlarına yansıtmaya çalışmış. Hem göze hem de dokunma duyusuna hitap etmeyi amaçlamış. Kumaşların sektörel anlamda nasıl hayata geçirildiğini, sanatsal tasarımların nasıl üretilebilir duruma getirildiğini deneyimleme imkânı bulduğunu ifade eden Çevik, yaşadığı süreci yarışmadan ziyade 'yetişmesine büyük katkı sağlayan bir okul'a benzetiyor. Çevik, edindiği bilgi ve tecrübelerle daha da katarak sektörde adım adım yükselmeyi hedefliyor.

2'nci Cansu Çevik'in kumaşı 'Yosun Etkisi'

eğitime alındı. Ön değerlendirme sürecinde, fabrikalarının imkânları ve yaratıcılıkları ile doğrudan bağlantılı şekilde üretim yapacakları tasarımları seçen Adana, Bursa ve Kahramanmaraş firmalarında 1-1.5 aylık üretim sürecine dahil oldular. Bu süre zarfında hem kendilerini geliştirme hem de tasarımlarına farklı bir yaklaşım imkânı buldular. Eylül ayı itibarıyla final gecesinde

sahnelenen koreografi çalışması için sanat yönetmeni ve koreograf Beyhan Murphy ve ekibi ile çalışmaya başladılar. Gerek üretici sponsor firmalarımız gerekse de finalistlerimiz, karşılıklı iyi ilişkiler zemininde, tasarımlarının firmalar tarafından koleksiyonlarına eklenmesi imkânını yakaladılar. Bugüne kadar yarışmada dereceye giren finalistlerimizin ürünleri sponsor firmalar tarafından üretilmiş ve hatta ulusal ve uluslararası fuarlarda da görücüye çıkmıştır."

Yarışmanın en cazip yönlerinden biri, dereceye giren öğrencilerin yurtdışı eğitimlerine gönderilmesi. ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, "Ekonomi Bakanlığı tarafından yapılan değerlendirme sonucu, bakanlık tarafından uygun görülmesi halinde dereceye giren yarışmacılara iki yıl süreyle yurtdışında eğitim imkânı veriyoruz" diyor. Öğrencilerden, Türkiye'ye döndüklerinde kendilerinden bilgi ve becerilerini sektöre aktarmaları bekleniyor.

"Halihazırda dört öğrencimiz İtalya Milano'da NABA Akademisi'nde yükseköğrenimlerine devam ediyor.



3'üncü Gökşu Aybaci'nın kumaşı 'Lightning'

YARIŞMANIN 3'ÜNCÜSÜ: GÖKŞU AYBACI

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ, TEKSTİL VE MODA TASARIMI, 3. SINIF ÖĞRENCİSİ

Doğanın en güçlü şovlarından şimşegin gökyüzündeki keskin ışık etkisini kumaşa yansıtmaya çalıştığı projesi 'Lightning' ile 4 bin liralık ödülün sahibi oldu.

Doğanın sınırsız bir ilham kaynağı olduğunu söyleyen Gökşu Aybaci, "Şimşegin gökyüzündeki kızgınlığı, kudreti beni etkileyen güzel bir çıkış noktası oldu. Kumaşlarımda tamamı yansıtmanın yanında rahat, esnek kumaşlar tasarladım" diyor.

Aybaci, tasarımını üç kelimeyle özetliyor: Korku, güç ve gösteriş.

Yarışma sürecinin kendisi için oldukça heyecanlı ve keyifli geçtiğini ifade eden Aybaci, "Sektörle tanışmak, kendi tasarladığım kumaşlarla üretim aşamalarını görmek, öğrenmek çok güzel bir deneyim oldu. Teşekkürler ATHİB ailesi..." diyerek, tekstilin her alanında olmanın kendisini mutlu edeceğini söylüyor. Aybaci, ileride giysi tasarımı yapmak istiyor.

Sektörümüze kazandıracığımız genç tasarımcılarımız eğitimlerine devam ederken, biz de bölgemize yeni bir tasarım merkezi kazandıracak olmanın heyecanını yaşıyoruz. Eğitimlerinin sonunda Türkiye'ye dönecek olan tasarımcılarımız, bölgemizdeki firmalarımıza yapacakları danışmanlık ile hem kendi tecrübelerini aktaracak hem de iş deneyimi kazanmış olacaklar" diyen ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, ileriki yıllarda yurtdışına gönderecekleri öğrenci sayısını artırmayı hedeflediklerini söylüyor.

Bu yıl yarışmanın ilk üçüne para ödülünün yanı sıra masaüstü armürlü dokuma tezgâhı da hediye edildi. Ayrıca; ATHİB 48 yarışmacı arasından seçilen 10 finalisti Fransa'nın başkenti Paris'te düzenlenecek olan, dünyanın en prestijli tekstil fuarları arasında sayılan Premiere Vision'a götürecek.

Yarışmaya kimler katılabilir?

Bir sonraki ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'na, 14 Haziran 2017'ye kadar başvurulabilir.

Yarışmaya; Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan ve üniversitelerin Güzel Sanatlar, Sanat ve Tasarım, Mühendislik Fakültelerinin; Tekstil Tasarımı, Tekstil ve Moda Tasarımı, Tekstil Mühendisliği bölümlerinde; lisans, yüksek lisans veya doktora düzeylerinde öğrenci olanlar ve bu bölümlerden son bir yıl içerisinde mezun olanlar katılabilir.





Bağzıbağlı, modelleri
Tülin Şahin ve Demet
Şener ile...

AİLEDEN TASARIMCI RAŞİT BAĞZIBAĞLI

Pek çok gelinin hayalini gerçekleştiren dünyaca ünlü tasarımcı Raşit Bağzıbağlı'nın DNA'sında bu meslek var. Dedesi ve babasının yolundan giden Bağzıbağlı ile hem son koleksiyonları hem de Türkiye'de tasarımcı olmak üzerine konuştuk.

“Yıllarca birçok genç kıza gelinlik tasarladım. Ancak ilk defa bir gelinlik koleksiyonu hazırladım. Koleksiyon hazırlarken tamamen görmek istediğim tarzda gelinliklere odaklandım” diyen Raşit Bağzıbağlı ile son koleksiyonunu tanıttıktan sonra sadece birkaç gün sonra bir araya geldik. Gelinleri birer beyaz kuğuya dönüştüren Bağzıbağlı, siyah, pudra ve vişne çürüğü tonlarının ağırlıkta olduğu ve 70'li yılların görkemli davetlerinden ilhamla hazırladığı İlkbahar-Yaz 2017 koleksiyonuyla da kışın gri kasvetini ortadan kaldırıyor. Demet Şener ve Bergüzar Korel'in tasarımlarını çok iyi taşıdığını dile getiren ünlü tasarımcı, dünyadan

dahilinde kendimi kısıtlamadım. Çok sade, şık ve romantik gelinlere hitap ettiğimi düşünüyorum.

En çok hangi disiplinden ilham alıyorsunuz? “Neredeyse her koleksiyonumda hareket noktam” diyebileceğiniz bir tablo, ressam, müzisyen ya da edebi veya görsel eser bulunuyor mu?

Bu, her koleksiyonda değişkenlik gösterebiliyor. Bazen bir film, bazen de bir seyahatim koleksiyonumu şekillendirmemde yardımcı olabiliyor. Genel olarak ilham alınabilecek unsurlar sınırsız.

Tasarımlarınız artık Gizia Gate'de de satışa sunuluyor. Bu tarz ortaklıkları ve son

“Özellikle Ortadoğu ülkelerinde çok seviliriz. Benim tasarımlarımı giyen çok güzel isimler var.”

Jennifer Lopez'i giydirmek istiyor.

Son koleksiyonunuzdan bahsedebilir misiniz?

Son olarak bir gelinlik koleksiyonu hazırladım. Öncesinde de Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul'da İlkbahar-Yaz 2017 koleksiyonumu sergiledim. 1970'li yılların görkemli davetlerinden ilhamla hazırladım.

Gelinlik tasarımlarınıza aşinayız ama galiba ilk defa bunu koleksiyona çevirdiniz, değil mi?

Yıllarca birçok genç kıza gelinlik tasarladım. Ancak ilk defa bir gelinlik koleksiyonu hazırladım. Koleksiyon hazırlarken tamamen görmek istediğim tarzda gelinliklere odaklandım. Herhangi bir trend

yılların trendi haline gelen kapsül koleksiyonları nasıl yorumluyorsunuz?

Tüketicilerin, tasarımcılarla buluşması bazen zor olabiliyor. Dolayısıyla Gizia Gate gibi bir mağaza konseptinde tasarımlarımı beğenenlerle buluşmak çok keyif verici. Kapsül koleksiyonların ya da farklı markalarla iş birliklerinin tasarımcıyı geliştirdiğini düşünüyorum. Ben de yakın zamanda bir markayla iş birliği yaparak tasarımlarımı takip edenlerle daha uygun fiyatlar aracılığıyla buluşabileceğim.

Tasarımlarınızda sıklıkla kullandığınız doku, renk skalası ve aksesuarlar neler?



Bağzıbağlı'nın yakın zamanda görücüye çıkardığı gelinlik koleksiyonunun tanıtım yüzü, model Özge Ulusoy.



Çok vazgeçilmezleri olan biri değilim ama sarı renginin bana şans getirdiğine inanıyorum. Bunun dışında her rengi kullanmaya özen gösteririm.

Bir tasarım için masa başına oturduğunuzda ilk olarak doku mu gelir, yoksa renk mi? Biraz tasarım sürecinden bahsedebilir misiniz?

Tasarım sürecine ilk başladığımda beni kumaş yönlendirir. Bazen işe

“Tasarım sürecine ilk başladığımda beni kumaş yönlendirir. Bazen işe renkleri seçerek de başlayabiliyorum.”

renkleri seçerek de başlayabiliyorum. Fakat iyi bir koleksiyonun başlangıçta en önemli unsuru kumaş.

Dedeniz ve babanızdan size miras kalan, bugün tasarımlarınızda başvurduğunuz ya da size yol gösteren unsurlar neler?

1957 yılında kurulan bir kumaş markasının üçüncü kuşak temsilcisi

olmak benim için büyük şans. Sanırım dedemden ve babamdan kalan en önemli miras bu. Ben de bunu en iyi şekilde değerlendirmeye çalışıyorum.

Bugün pek çok kişinin isminin önüne ‘tasarımcı’ unvanı yerleşmiş durumda. Bir tasarımcının DNA kodlarını nasıl tanımlarsınız?

Bence tasarımcı olmak Allah vergisi

bir durum. Bir tasarımcı her şeyi tasarlayamaz. Herkes iyi olduğu dalda yoğunlaşmalı. En önemli unsur özgünlük ve de özgüven.

Size göre tasarımlarınızı en güzel taşıyan isimler kimler?

Hepsini ayrı ayrı seviyorum. Çok iyi taşıyorlar ama sanırım Demet Şener ve Bergüzar Korel, Raşit Bağzıbağlı kadını en iyi yansıtanlardan.

“Onun taşıdığını görmeden kariyerime veda etmek istemem” dediğiniz ünlüler var mı?

Tabii ki böyle bir şeyin garantisi hiçbir zaman yok ama Jennifer Lopez’i giydirmeyi çok isterdim.

Türk tasarımcı olmanın avantaj ve dezavantajları neler?

Açıkçası şu ana kadar bir dezavantajını görmedim. Özellikle Ortadoğu ülkelerinde çok seviliriz. Benim tasarımlarımı giyen çok güzel isimler var.

Kumaşlarınızı Türkiye’den mi temin ediyorsunuz?

Türkiye fason imalatında çok iyi ama ne yazık ki bütün kumaşlarımı buradan temin edemiyorum. İthal kumaş da kullanıyorum.

Türkiye ve dünyadan hangi tasarımcıları takip ediyorsunuz?

Benim için gelmiş geçmiş en iyi tasarımcı Valentino’dur.



'Gel Kal Bağlan'

Kitap

Dr. Engin Baran'ın ekim ayında çıkan 'Gel Kal Bağlan - İşveren Markası & İşin Perde Arkası' adlı kitabı, bir yolculuk rehberi. İşveren markası yolculuğuna çıkanlara eşlik etmesi, uyarması, yol göstermesi için kaleme alınmış. Kitapta işin teorisi kadar uygulamaları da anlatılıyor. Başarılarından, değişimden bahsederken, sorunlar, engeller, zorluklar da aynı açıklıkla aktarılıyor. Kitapta, bu yolculuğa çıkan farklı şirketlerin hikâyeleri de yer alıyor.



Albüm

Bir kuşaktan bir kuşağa

Besteleri ve 40 dilde yayımlanan romanları ile kitlelerin beğenisini kazanan usta sanatçı Zülfü Livaneli, 50'nci sanat yılını 50 Livaneli bestesinden oluşan '50. Yıl - Bir Kuşaktan Bir Kuşağa' adlı yeni albümüyle kutluyor.



Albüm

Rüyalarda buruşmuşuz

'Bi Öyle Bi Böyle', 'Koca Yaşlı Şişko Dünya' ve 'Utanmazsan Utanmam' gibi Borijinal şarkılarla müzik dünyasına adım atan Adamlar grubunun ikinci albümü 'Rüyalarda Buruşmuşuz' çıktı. Naif şarkı sözlerinin, puslu melodilerle buluştuğu albüm şu soruyu soruyor: "Yakan mı yanan mı? Kimlerdensin?"

Işık denizinde bir gezgin

Sergi

Pera Müzesi, 19'uncu yüzyılın en özgün manzara ressamlarından Fransız sanatçı Félix Ziem'i ağırlıyor. 29 Ocak'a kadar görülebilecek sergi, çoğunlukla deniz ve kentin iç içe geçtiği İstanbul'u ve Venedik'i konu alan resimleriyle bilinen Ziem'i, tüm yönleriyle tanıtmayı amaçlıyor.



Tiyatro

Kabuğun ardındaki yaşamlar

Ayşenil Şamlıoğlu'nun rejisinde sahnelenen 'Kozalar', üç güçlü kadını bir araya getiriyor: Demet Evgar, Binnur Kaya ve Esra Dermancıoğlu. Kozalarının ardında yaşamlarını güvenli şekilde sürdüren bu üç kadının hayatın gerçek yüzüyle karşılaşmasını izliyoruz.



Sinema

Davetsiz misafir

Sevecen ve de korumacı baba Ned'in hayatı, Skızı Stephanie'nin erkek arkadaşı Laird ile tanışmasıyla tamamen değişir. Bryan Cranston ve James Franco'nun başrolleri paylaştığı 'Bu Da Nereden Çıktı?', 20 Ocak'ta gösterime giriyor.

Akdeniz melodileri

Dünyaca ünlü gitarist Nora Buschmann, 'Akbank Sanat Günleri' kapsamında 18 Ocak'ta Akbank Sanat'ta sahne alıyor. Uluslararası yarışmalarda birçok birincilik kazanan Buschmann, Ortadoğu ve özellikle Akdeniz olmak üzere farklı bölgelerin melodilerini müzik severlerle buluşturuyor.



Konser



Albüm

Aşk notları

Pink Martini, romantik ve de neşeli melodilerle deyim yerindeyse çiçek açan bir albümle huzurlarınızda! Toplam 15 şarkıdan oluşan 'Je Dis Oui!'nin öne çıkan şarkıları arasında 'Joli Garçon', 'The Butterfly Song' ve 'Aşkın Bahardır' yer alıyor. Albümdeki 'Joli Garçon', efsanevi Fransız oyuncu Isabelle Huppert tarafından 'Souvenirs' filminde seslendiriliyor.



Bir devrin ardından

Başkan John F. Kennedy suikastının hemen sonrasına kamerayı çeviren 'Jackie', First Lady Jacqueline Kennedy'nin yaşadıklarını anlatıyor. Natalie Portman'ın rol aldığı 'Jackie'nin yönetmen koltuğunda Pablo Larrain oturuyor.

25'inci yıl kutlaması

Tepta Aydınlatma, 25'inci yılını İstanbul Modern Sanat Müzesi'nin ev sahipliği yaptığı 'Gündüz, Işık, Gece' sergisi ile kutluyor. Küratörlüğünü Alman tasarımcı Ulrike Brandi'nin üstlendiği ve 22 Ocak'a kadar ziyaretçilerini bekleyen sergide, Refik Anadol, Emre Arolat ve William Brand gibi ünlü isimlerin ışık hikâyelerini dinleyeceğiz.

Sergi



10 11 12

Craft Tiyatro'nun yeni oyunu '10 11 12', lüks bir rezidansa taşınan Çiki komşunun aralarındaki ilişkiye ve hayata bakışlarına ışık tutuyor. Ezgi Mola ve Enis Arkan'ın rol aldığı '10 11 12', ocak ayı boyunca Craft Tiyatro'da seyredilebilir.

Tiyatro



Uzay yolcuları

Aurora ve Jim, 120 yıl süresince uyuyarak başka bir gezegene gitmekte olan binlerce yolcudan ikisidir. Ancak uyku kabinleri onları 90 yıl önce uyandırır. İkili, bunun nedenini bulmak için güçlerini birleştirir. 'Uzay Yolcuları'nın başrollerinde Jennifer Lawrence ve Chris Pratt yer alıyor.

Konser



Aşk için önsöz

Türkiye'nin iki büyük sanat adamı; Selçuk Yöntem ve Aykut Gürel sözcüklerin gücüne ve müziğe inanışları ile 'Aşk İçin Önsöz' projesinde buluştu. İkili, albümün ilk canlı performansı ile 19 Ocak'ta Pera Palace'ta müzikseverlerle buluşuyor.



Hayat sınavı

DOT Tiyatro'nun '7 Serisi' altında sahnelediği 'İyi Şeyler Olacak Diye Düşün', aşk, aile, arkadaşlık ve kariyer arasında büyük savaş veren genç bir adamı merkezine taşıyor. Oyunda, Mert Öner, Gizem Güçlü ve Atakan Akarsu rol alıyor.

Tiyatro

26th General Assembly and 54th foundation anniversary of TISK

26th Meeting of General Assembly and Elections of Turkish Confederation of Employer Associations were held in Ankara in December. Kudret Önen (MESS) was elected as the new President of TISK. Nevzat Seyok (TTSIS) and Tufan Ünal (ÇEIS) were elected as Vice-Presidents while Eşref Akın, Nadir Yürüktümen and Sinan Abee from our association were elected to TISK Board of Management. TISK Chairman Yağız Eyüboğlu stated that 10,000 firms, which are member of 21 Employer Associations under TISK, provide employment to 1,230,000 persons. Stating that productivity is not enhanced whereas the cost of labour is on the increase despite all efforts in Turkey, Eyüboğlu emphasized the importance of structural reform program to be



implemented by the government while remarking the declination in export, loss of production increase and employment power in industry as well as the diminishing

profitability. Giving a speech in the General Assembly, Minister of Labor and Social Security Dr. Müezzinoğlu specified that regional issues led to problems in the national economy.

Woven with eastern inspiration

Intending to pave the way for young skills to reinforce the sector, Mediterranean Textile and Raw Materials Exporters Association

(ATHIB) organized 5th Woven Textile Design Contest with the contributions of Ministry of Economy and Turkish Exporters Assembly. The winners of

2016 were three skillful youngsters from faculties of fine arts with their designs named after the nature. Merve Cingöz (22), who ranked as the first was awarded with a prize of 10,000 TL and a 2-year abroad education scholarship for her fabric named 'Bamboo'. Cansu Çevik (22), who ranked as the second received a prize of 7,000 TL for her fabric named 'Seaweed Effect' while Göksu Aybaci was awarded the 4,000 TL prize of the third place for her fabric named 'Lightning'. ATHIB Chairman Zeki Kıvanç stated that the specialization of Adana region in woven textile is among the major reasons for organization of the contest. One of the most desirable aspects of the contest is the scholarship for abroad education offered to top ranking students. The students are expected to introduce their skills and knowledge to the sector upon their arrival at Turkey.



Izmir: Heart of wedding dresses

Turkey has become a prominent supplier of wedding dresses and evening dresses to Europe and Middle East in the recent years. According to the data obtained from Wedding Dress Exporters Association, about 600 to 700 thousand weddings are held on an annual basis in Turkey while the number of rented wedding dresses is 350 thousand. A total of 600 thousand wedding dresses are tailored per year. Despite the limited data on this area, the economic volume generated by wedding dress sector in Turkey is said to be ranging between 600-650 million USD. İzmir is the main center of production of wedding dress sector with 80 thousand employees. 7 of every 10 bridal dresses tailored in Turkey are from İzmir. According to 2013 Wedding Dress - Evening Dress Sector Report developed by İzmir University of Economy, İzmir accounts for 70% of the overall wedding dress production in Turkey. Aegean Ready Wear and Apparel Exporters Association Chairman Emre Kızılgüneşler states that approximately 1000 enterprises carry out business in the sector in İzmir. The city hosts IF Wedding - the largest wedding dress & evening dress expo of Europe.



Global roadmap for textile industry



International Textile Manufacturers Federation (ITMF) brought experts of the sector together in its annual conference held on 17th - 19th November 2016 in Jaipur, India. Global textile economy was addressed in all aspects and opinions were shared on a roadmap to guide improvement of the textile industry. A delegation of our Association participated in the conference as well. The main theme of the conference was 'Global Textile Economy in the New Normal'. Prominent experts in their respective areas gave several presentations during the conference. Stating that "The New Normal" is closely linked to the transformation in the Chinese economy, ITMF Chairman Tiankai Wang remarked that, in "The New Normal", textile industry will serve as a significant drive, its direction will change from conventional growth towards a more efficient model and the increase in new technologies and new work models will lead to smart, flexible and digital production.



ŞUBAT

FOOTWEAR GARMENT TEXTILE

31.01.2017-02.02.2017
Ayakkabı ve Tekstil
Minsk/Belarus

CIPRINT

31.01.2017-02.02.2017
Tekstil, Dijital Baskı Ekipmanları
Lyon/Fransa

COMMUNIQUEZ TEXTILE -CTCO

31.01.2017-02.02.2017
Tekstil, Giyim
Lyon/Fransa

MUNICH FABRIC START

31.01.2017-02.02.2017
Tekstil, Konfeksiyon ve Yan Sanayi
Münih/Almanya

CIFF

01.02.2017-03.02.2017
Hazır Giyim
Kopenhag/Danimarka

REVOLVER

01.02.2017-03.02.2017
Hazır Giyim
Kopenhag/Danimarka

SALON DU MEUBLE DE TUNIS

03.02.2017-12.02.2017
Mobilya
Tunus/Tunus

NY NOW-HOME TEXTILES SHOW

04.02.2017-07.02.2017
Ev Tekstili, Aksesuar
New York/ABD

ISPO MUNICH

05.02.2017-08.02.2017
Spor Konfeksiyon ve Ürünleri
Münih/Almanya

NY NOW

05.02.2017-08.02.2017
Ev Eşyaları ve Hediye Eşya
New York/ABD

APPAREL SOURCING

06.02.2017-09.02.2017
Kumaş
Paris/Fransa

TEXWORLD PARIS

06.02.2017-09.02.2017
Tekstil, Kumaş ve Aksesuar
Paris/Fransa

PREMIERE VISION FABRICS

07.02.2017-09.02.2017
Kumaş, Hazır Giyim, İplik
Paris/Fransa

KIEV INTERNATIONAL FESTIVAL OF VOGUE - KIEV FASHION - SPRING

08.02.2017-10.02.2017
Hazır Giyim, Ayakkabı
Kiev/Ukrayna

MONTREAL HOME EXPO

09.02.2017-12.02.2017
Dekorasyon, Mobilya, Yer Kaplamaları, Mutfak ve Banyo Aksesuarları, Aydınlatma Sistemleri ve Bahçe Malzemeleri
Montreal/Kanada

AMBIENTE

10.02.2017-14.02.2017
Ev Eşyaları ve Dekorasyon
Frankfurt/Almanya

SUPREME WOMEN & MEN

11.02.2017-14.02.2017
Bayan ve Bay Giyim, Moda
Münih/Almanya

PURE LONDON

12.02.2017-14.02.2017
Giyim
Londra/İngiltere

INDX KIDSWEAR SHOW

12.02.2017-13.02.2017
Tekstil
Solihull/İngiltere

D.A.D.

12.02.2017-15.02.2017
Dekorasyon
Sao Paulo/Brezilya

PLAYTIME NEW YORK

12.02.2017-14.02.2017
Bebek-Çocuk Giyim
New York/ABD

48. TEXTILLEGPROM

14.02.2017-17.02.2017
Tekstil, Konfeksiyon
Yan Sanayii, Hazır Giyim, Ev Tekstili, Tekstil Makineleri
Moskova/Rusya

INTERDECORAÇÃO

15.02.2017-18.02.2017
Mobilya, Dekorasyon, Hediye Eşya
Porto/Portekiz

EXPORT HOME

15.02.2017-18.02.2017
Mobilya, Ev Eşyaları, Aydınlatma
Porto/Portekiz

BATIBOUW

16.02.2017-26.02.2017
Mobilya, Dekorasyon ve Yapı Malzemeleri
Brüksel/Belçika

HONG KONG INTERNATIONAL FUR & FASHION FAIR

16.02.2017-19.02.2017
Kürk, Hazır Giyim ve Tekstil
Hong Kong/Çin

STYL

18.02.2017-20.02.2017
Hazır Giyim
Brno/Çek Cumhuriyeti

MODA UK FOOTWEAR

19.02.2017-21.02.2017
Hazır Giyim- Tekstil
Birmingham/İngiltere

IDEX (INTERNATIONAL DEFENCE EXHIBITION AND CONFERENCE)

19.02.2017-23.02.2017
Savunma Sistemleri
Abu Dhabi/BAE

CPM - COLLECTION PREMIERE MOSCOW

20.02.2017-23.02.2017
Hazır Giyim
Moskova/Rusya

CJF-CHILD AND JUNIOR FASHION

20.02.2017-23.02.2017
Çocuk Giyim
Moskova/Rusya

MAGIC

20.02.2017-23.02.2017
Hazır Giyim, Deri, Tekstil, Ayakkabı, Deri, Aksesuar
Las Vegas/ABD

HABITAT VALENCIA

21.02.2017-24.02.2017
Mobilya, Dekorasyon, İnşaat Malzemeleri
Valencia/İspanya

ESPACIO COCINA-SICI

21.02.2017-24.02.2017
Mutfak Mobilya, Mutfak Ekipman ve Malzemeleri
Valencia/İspanya

TINIMTEX

22.02.2017-26.02.2017
Hazır Giyim ve Ayakkabı
Köstence/Romanya

CHINA INT. WEDDING EXPO (CIWE)

22.02.2017-25.02.2017
Hazır Giyim
Şanghay/Çin

DTG

23.02.2017-26.02.2017
Tekstil ve Hazır Giyim Makineleri
Dakka/Bangladeş

EGY STITCH & TEX

23.02.2017-26.02.2017
Tekstil, Tekstil Makineleri, Kimyasalları ve Aksesuarları
Kahire/Mısır

MOROCCO STYLE

24.02.2017-27.02.2017
Tekstil, Aksesuar Makine
Kazablanka/Fas

MOROCCO STYLE

24.02.2017-27.02.2017
Ev Tekstili, Ev Gereçleri
Kazablanka/Fas

EXPOCASA - INTERNATIONAL HOUSEHOLD, FURNITURE AND HOUSE DECOR EXHIBITION

25.02.2017-05.03.2017
Mobilya, Ev Eşyaları, İç Dekorasyon
Torino/İtalya

CENTRAL ASIA HOME TEXTILE

26.02.2017-01.03.2017
Ev Tekstili
Almati/Kazakistan

CENTRAL ASIA CARPET & FLOORING

26.02.2017-01.03.2017
Halı ve Zemin Kaplamaları
Almati/Kazakistan

PRINTWEAR & PROMOTION (P&P) LIVE

26.02.2017-28.02.2017
Promosyon Ürünleri (Tekstil)
Birmingham/İngiltere

THE LONDON FABRIC SHOW

27.02.2017-28.02.2017
Kumaş
Londra/İngiltere

TARGI MODY - POZNAN FASHION FAIR

27.02.2017-01.03.2017
Hazır Giyim, Deri
Poznan/Polonya

SIET-SALON INTERNATIONAL DE L'EQUIPEMENT TEXTILE

28.02.2017-03.03.2017
Tekstil Konfeksiyon Ekipmanları
Tunus/Tunus

SPINEXPO - TRADE FAIR FOR YARNS AND FIBRES

28.02.2017-02.03.2017
Tekstil, Ev Tekstili, Kumaş
Şanghay/Çin





**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