

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

SAYI: 423 - AĞUSTOS 2016

TEKSTİL İŞVEREN

**Dış politikada
normalleşme
tekstile nefes
aldırarak**

**TEKSTİLE KAS
VE BEYİN GÜCÜ
YETİŞTİREN OKULLAR**

**'BAVUL'DA RUS
YARASINA AFRIKA
MERHEMİ**

**YENİ BİR SATIN
ALMA DENEYİMİ:
OMNI-CHANNEL**

**İYİ PAMUKTA 'İNSANA
YAKIŞIR İŞ' EĞİTİMLERİ**

Tekstil İşveren Dergisi

Ağustos 2016 Sayı: 423

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.

Görsel Yönetmen
Murat Kars

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.



- 4** Kısa haberler
- 6** Aklımızda kalanlar
- 8** Dünyada çalışma hayatı
- 10** Prof. Dr. Sadi Uzunoğlu, darbe girişimi sonrası ekonomik görünümü yazdı.
- 14** Normalleşme tekstile nefes aldırarak
Rusya, İsrail, Suriye ve İran ile normalleşme sürecinin, bu ülkelerle ticari ilişkilere pansuman yapması bekleniyor.
- 20** Tekstile kas ve beyin gücü yetiştiren okullar
Kalifiye eleman bulma sorununun yaşandığı Türkiye'de tekstile nitelikli eleman yetiştiren okulları araştırdık.
- 28** İpek Tohumcu: Tasarım olmadan yurtdışı olmaz
Türk tekstilciler dünya pazarlarında nasıl yer bulabilir? Moda tasarımcısı İpek Tohumcu, üç noktanın altını çiziyor.
- 32** İyi pamuk, insana yakışır iş koşulları istiyor
İyi Pamuk Uygulamaları Derneği, insana yakışır iş koşulları konusunda yüzlerce çiftçi ve işçiyi eğitime aldı.
- 36** Afrika, pamuklu tekstil ve hazır giyimde büyüyor
Dünya hazır giyim ihracatı geçen sene yüzde 3 civarında düşerken, Afrika son derece iyi bir performans sergiledi.
- 40** 'Bavul'da Rus yarasına Afrika merhemi
Bavul ticaretinin merkez üssü Laleli ve Osmanbey'de Afrika'ya yüzünü dönen işletmeler, Rusya krizinden sağlam çıktı.
- 44** Vakıf Katılım: "Tekstil firmaları ile leasing çalışmaları yapabiliriz"
Faaliyete başlayan Vakıf Katılım Genel Müdürü İkrâm Göktaş, güçlü tekstil firmalarına leasing çağrısı yapıyor.
- 46** Tekstil ve hazır giyimde yeni trend: Omni-channel
Fiziki ve online mağazalar arasında köprü görevi gören omni-channel, müşterilere yepyeni bir satın alma deneyimi sunuyor.
- 50** Tekstil sektöründen gençlere küresel kariyer çağrısı
İşadamları ve akademisyenler, ihracat şampiyonu tekstil ve hazır giyim sektörlerinde gençler için küresel ve yerel birçok iş fırsatları olduğunu söylüyor.
- 54** Giyilebilir sanatın yaratıcısı: Başak Cankeş
Koleksiyonlarına desen ve tabloları yansıtan tasarımcı Başak Cankeş, duygusal ama güçlü kadınlara hitap ediyor.
- 58** Kültür-sanat
- 62** 1 şehir 4 otel: Oslo
- 64** İngilizce özetler
- 66** Fuar takvimi



Lüks güçlenmeye devam ediyor

Ekonomik zorluklara karşın, lüks markalar büyümeyi sürdürüyor. Rakamlar, kâr marjlarının da bir önceki yıldan daha yüksek olduğunu gösteriyor. Deloitte'un 'Lüks Tüketimin Küresel Güçleri 2016' raporuna göre, lüks sektörü, Çinli tüketiciler ve dijital teknolojinin yükseldiği 10 yıllık döneminin ilk yarısını tamamladı. İkinci yarıda tüketici satın alma davranışlarındaki değişim, kanalların birleşmesi ve iş modellerinin karmaşası, uluslararası seyahatin ve Y kuşağı tüketicilerinin artışı, küresel ekonominin etkisi ile lüks sektörü için yeni fırsatların doğması bekleniyor. Rapora göre, dünyanın en büyük 100 lüks tüketim firması, 2014 mali yılında 222 milyar dolar net satış geliri elde etti. Listenin ilk 3'ündeki isimler geçen yılla aynı: Louis Vuitton, Compagnie Financière Richemont ve Estée Lauder. Lüks ürünleri satışlarındaki büyümede, yüzde 11.1'lik oran ile Birleşik Krallık başı çekiyor. İlk 100 listesinde 29 firma ile yer alan İtalya, Amerika'yı ikiye katlıyor. İlk 100 cirosu içindeki firma paylarında ise yüzde 23.5 ile Fransa birinci sırada. Deloitte Türkiye Danışmanlık Hizmetleri Perakende Sektörü Lideri Hakan Göl, "Çin ve Rusya gibi önemli pazarlarda büyüme yavaşlarken, Hindistan ve Meksika hızla büyüyor. Ortadoğu ciddi potansiyel sunuyor" diyor.



İhracatta düşüş

Son 12 aylık dönemde ihracat, bir önceki yıla göre yüzde 6.1 oranında düştü. Türkiye İhracatçılar Meclisi, geçen yılın temmuz ayına kıyasla ihracatın yüzde 18.7 azalarak 8 milyar 779 milyon dolar olarak gerçekleştiğini duyurdu. Verilere göre, son 12 ayda Türkiye yurtdışına 139 milyar 723 milyon dolarlık mal sattı. İhracat, yılın ilk yedi ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 4.9 düşüşle 80 milyar 447 milyon dolara indi.

Konut kredisi faizleri düşüyor

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın bankalara yaptığı "Konut kredisi faizlerini düşürün" çağrısının ardından, faizler yüzde 1'in altına inmeye başladı. Erdoğan'ın çağrısına ilk olumlu yanıt, Ziraat Bankası'ndan geldi. Faiz oranları, 1-24 ay vadelerde yüzde 0.82'ye, 25-60 ay vadelerde yüzde 0.90'a ve 61-120 ay vadelerde de yüzde 0.95'e çekildi. Ziraat'ti takiben, bankalar konut kredilerinde faiz oranlarını yüzde 1'in altına çekti. Kampanyalar öncesi faiz oranları yüzde 1.10'un üzerinde seyrediyordu. Ancak indirimler beklentileri karşılamış görünmüyor. Uzmanlar, konut kredilerinin ağırlıklı 5-10 yıllık vadelerde kullanıldığını, bu vadelerde yıllık faiz oranlarının hâlâ yüzde 11.5'in üzerinde seyrettiğine dikkati çekiyor.



Yeni yılda zorunlu bireysel emeklilik

1 Ocak 2017 itibarıyla, 45 yaş altı ücret karşılığı çalışanlara zorunlu bireysel emeklilik getirildi. Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu'nda yapılan değişiklik, çalışana iki ay içinde sözleşmeden cayma hakkı tanınıyor. Cayma hakkının kullanılmaması halinde, sisteme girişte bir defaya mahsus olmak üzere bin lira ilave devlet katkısı sağlanacak. Çalışanlar, belirli hallerde katkı payı ödemesine ara verilmesini de talep edebilecek. Peki, süreç nasıl işleyecek? Çalışanlar, işverenin, kanun hükümlerine göre düzenlediği bir emeklilik sözleşmesiyle emeklilik planına dahil edilecek. İşveren, çalışanını otomatik katılım için emeklilik planı düzenleme konusunda Hazine Müsteşarlığı'nca uygun görülen bir şirketin sunacağı emeklilik planına dahil edebilecek. Çalışanın katkı payı, prime esas kazancının yüzde 3'üne karşılık gelen tutar olacak. Bu tutar en geç, çalışanın ücretinin ödeme gününü takip eden iş günü, işveren tarafından şirkete aktarılacak. İşveren, katkı payını zamanında şirkete aktarmaz veya geç aktarırsa, çalışanın birikiminde oluşan parasal kayıptan sorumlu olacak. Çalışan, sözleşmede belirlenen tutardan daha yüksek tutarda kesinti yapılmasını işverenden talep edebilecek. İşverenin yükümlülüklerine uymaması halinde, her bir ihlal için 100 lira idari para cezası uygulanacak.



Ar-Ge harcamasına vergi indirimi

Ar-Ge veya tasarım merkezlerinin vergi yükünü hafifletecek düzenleme yürürlüğe girdi. Bakanlar Kurulu kararına göre, bu merkezlerin yıl içinde yaptığı Ar-Ge, yenilik veya tasarım harcamalarının bir bölümü ticari kazancın tespitinde indirim konusu olacak. Söz konusu harcamaların bir önceki yıla göre artış tutarının yüzde 50'si, 31 Aralık 2023'e kadar, Kurumlar Vergisi Kanunu'na göre kurum kazancının ve Gelir Vergisi Kanunu uyarınca ticari kazancın tespitinde indirim konusu yapılacak. Uygulamadan yararlanabilmek için, Ar-Ge veya tasarım harcamasının toplam ciro içindeki payının, tescil edilen ulusal veya uluslararası patent sayısının, uluslararası destekli proje sayısının, lisansüstü dereceli araştırmacı sayısının toplam Ar-Ge personel sayısına oranının, toplam araştırmacı sayısının toplam Ar-Ge personeli sayısına oranının ve Ar-Ge sonucu ortaya çıkan yeni ürünlerden elde edilen cironun toplam ciroya oranının herhangi birinde bir önceki yıla göre en az yüzde 20 artış sağlaması gerekiyor.



Yabancı markalar gerçekten de Türkiye'den çıkıyor mu?

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Sami Kariyo, bu Balgıyı reddettiklerini belirterek, yıl sonuna kadar açılan yabancı mağaza sayısının 90'ı bulacağını açıkladı. Dernekleri bünyesinde, aralarında H&M, Watsons, Deichmann, Puma, Tommy Hilfiger, Mothercare, Hummel, Guess gibi çok sayıda yabancı markanın bulunduğunu aktaran Kariyo, darbe girişimine ve bölge ülkelerindeki dalgalanmaların olumsuz etkilerine rağmen yabancı markaların yeni yatırımlarının hız kesmediğini belirtti. Kariyo, "Önemli sıkıntılar yaşadığımız 2016'da, her şeye rağmen bu markalar yıl başından bu yana 74 yeni mağaza açtı. Yıl sonuna kadar açılan yabancı mağaza sayısı toplamda 90'ı bulacak. Buna karşın yabancı markaların



kapatan mağaza sayısı ise 41 ile sınırlı kaldı" dedi. "Türk markaları olarak bizler de verimli bulmadığımız mağazaları ticaretin doğal mantığı gereği kapatıyoruz" diye devam eden Kariyo, bunu Türkiye ekonomisine bağlamanın hata olacağını belirtti.

Darbe girişiminin maliyeti dudak uçuklatıyor

15 Temmuz darbe girişiminin Türk ekonomisine faturası, ilk belirlemelere göre 300 milyar lira. Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci, "Savaş uçakları, helikopterler, silahlar, bombalar, binalar; 300 milyar lira. Belki az bile söylüyorum, daha da artabilir" dedi. Esas maliyetin orta vadede çıkacağını söyleyen Tüfenkci, "Türkiye'de Cuma günü darbe girişimi oldu. Pazartesi, bankalar, borsalar, ürün piyasaları, ticaret merkezleri açıldı. Faizler olağanüstü artmadı. Borsa sınırlı düştü. Büyüme oranını ya da ihracat rakamlarını revize etme gereği yok" diye konuştu. Bu arada, Ankara Bayrak, Bayrak ve İmalat Sanayi Firma Sahibi Talip Kapıcı, bir aya yakın dönemde bir yıllık bayrak satışı yaptıklarını belirtti. "Piyasa bayrak ve kumaş sıkıntısı yaşadı" diyen Kapıcı, ülke genelinde 25 milyon adet bayrak satıldığını tahmin ettiklerini, satışın 100 milyon lirayı bulduğunu belirtti.



Bülent Tüfenkci

Türkiye'nin ikinci 500 büyüğü

İstanbul Sanayi Odası, 'Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu' araştırmasının 2015 yılı sonuçlarını açıkladı. İkinci 500'ün ilk sırasında 223 milyon 718 bin liralık üretimden satışı ile Emas Makina Sanayi bulunuyor. Emas Makina, 2014'te 42'nci sıradaydı. Listenin ikinci sırasında, 223 milyon 668 bin liralık üretimden satışıyla Or-Pa Pazarlama ve Tekstil Sanayi var. Onu, 223 milyon 171 bin liralık üretimden satış ile Güçlü Fındık Gıda Sanayi ve Ticaret izliyor. Veriler, enflasyon ve GSYH deflatörü ile karşılaştırıldığında 2015'te sanayi büyümesinin sınırlı kaldığını ortaya koyuyor. Araştırmaya göre, sanayiciler, esas faaliyet kârlarını önemli oranda artırma başarıları gösterirken, finansman giderlerindeki artışlar bu kârlılıkları eritti. Finansman giderleri bir önceki yıla göre yüzde 46.6 arttı. ISO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu'nda olduğu gibi, ISO İkinci 500'de de sanayici Ar-Ge yaparak, yatırım yaparak, istihdam yaratarak ve risk alarak kazandığı paranın yarısından fazlasını finansman gideri olarak kaybetti.





Etiyopya'dan sanayi parkı

Afrika'da öncü bir imalat merkezi olmayı ve ihracatını artırmayı hedefleyen Etiyopya, tekstil imalatı, konfeksiyon mamulleri ve tarım sanayii için tasarlanmış bir sanayi parkı açtı. Temmuzda açılan Hawassa Sanayi Parkı, hükümetin kalkınma planının parçası. Çinli bir firmanın dokuz ay gibi bir sürede tamamladığı eko-sanayi parkı, başkent Addis Ababa'nın 275 kilometre güneyinde bulunuyor. 1.3 milyon metrekaareye yayılan parkta 35 fabrika yer alıyor. Kendine ait yenilenebilir elektrik enerjisi kaynakları da bulunan parkta; ABD, Çin, Hindistan ve Sri Lanka'dan 15 yabancı firma ve 6 yerel firma üretim hazırlıklarını tamamladı. Sırada, ikinci etabın açılışı var. Etiyopya'nın tekstil ihracat geliri yıllık 110 milyon dolar. Ülkenin tekstil ve deri ihracatının, 15 kat artışla 1.5 milyar dolara yükseltilmesi hedefleniyor. Ülkede halen 12 sanayi parkının inşası sürüyor.



İtalyan tekstilcilerin İran çıkarması

Uluslararası yaptırımların kalkmasının ardından İran tekstil pazarı canlanıyor. 3-6 Eylül tarihlerinde Tahran'da düzenlenecek IranTex 2016, tekstil makineleri ve ürün çeşitliliği bakımından hayli kapsamlı, uluslararası bir ticaret fuarı olarak dikkat çekiyor. 25 İtalyan şirketi de fuarda makinelerini sergileyecek. 2004 yılında İran, İtalyan ihracatçıları için sektördeki ilk 10 pazar içindeydi. Uluslararası yaptırımlar, İran sanayiinin küresel dünyayla rekabeti için gerekli modernizasyon sürecinin ertelenmesine yol açtı. Bu durgunluk sonrasında İtalyan tekstil makine üreticileri, İran'a 2015 yılında 8 milyon Euro, 2016'nın ilk çeyreğinde de 2 milyon Euro'luk satış yaptı. İran, İtalya'dan ithal ürün çeşitliliğini artırmak istiyor. Özellikle İtalyan tekstil terbiye ve iplik eğirme makinelerine öncelik veriyor. Bu bakımdan İtalya'nın hamlesi anlamlı.

AB ve Güney Kore arasında ticaret arttı

Beş yıl önce Avrupa Birliği ile Güney Kore arasında yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması (STA), taraflar arasındaki ticaret açığının ticaret fazlasına çevrilmesine etki etti. Anlaşma ile AB'nin Güney Kore'ye ihracatı yüzde 55 arttı, Avrupalı şirketler gümrük vergilerinde 2.8 milyar Euro tasarruf etti. İkili ticaret geçen yıl 90 milyar Euro'yu aşarak rekor seviyeye ulaştı. Şu an Güney Kore, AB'nin ilk 10 ihracat pazarından biri. Anlaşma; makine, ulaşım araçları ve kimyasal ürünler gibi geleneksel ihracat kalemlerine ek olarak; yiyecek, içecek, toprak kaplar, ambalaj, spor aletleri gibi alanlarda küçük ölçekli Avrupa işletmelerine yeni ihracat fırsatları açıyor ve ticaret şartlarını iyileştiriyor. Avrupa Komisyonu, potansiyel hassas sektörleri ise (tekstil, otomobil, elektronik ürünler vb.) denetlemeye devam ediyor. Bu kapsamda, çevre ve işçi hakları konularında işbirliği yapılıyor. STA ile çoğu üründe iki taraf için de ithalat vergileri kaldırıldı, idari engeller azaltıldı. Anlaşma, rekabet politikası, mevzuatta şeffaflık ve fıkri mülkiyet haklarının korunması alanlarında teminat şartı içeriyor.



WOOL'dan özel iç tasarım sayısı

The Woolmark Company, yeni dijital baskılı WOOL dergisinin son sayısını ev eşyaları ve iç tasarıma adadı. Merinos yününün kalite ve özelliklerini editöryal formatta sergileyen yeni sayıda, röportajlar, biyografiler, 'nasıl' rehberleri ve yeni trendler hakkında bilgiler bulunuyor. Bu sayıda özellikle, Missoni Empire'in kurucu ortaklarından Rosita Missoni ile yapılmış röportaj; saygıdeğer bir Yüzyıl Ortası Modern mimarı olan ve birçok tasarımında yün kullanan endüstri tasarımcısı Eero Saarinen; Sheila Hicks gibi yünü bir araç olarak kullanan çağdaş sanatçıların biyografileri öne çıkıyor.



İhracat Beklenti Endeksi azaldı

Ekonomi Bakanlığı, bu yılın üçüncü çeyreğine ilişkin Dış Ticaret Beklenti Anketi'ni açıkladı. İhracat Beklenti Endeksi, ikinci çeyreğe göre 2.6 puan azalarak 109.1 seviyesine geriledi. Endeks, bir önceki yılın aynı dönemine göre ise 0.8 puan arttı. İthalat Beklenti Endeksi ise 1.7 puan düşüşle 101.4 seviyesinde gerçekleşti. Endeks, bir önceki yılın aynı dönemine göre 4.1 puan azaldı.



Gelişmekte olan ülkeler için e-ticaret

Küresel e-ticaret, 2013'ten 2015'e yüzde 38 artışla 22.1 trilyon dolar değerine ulaşırken, BM Ticaret ve Kalkınma Konferansı, gelişmekte olan ülkelerin bu potansiyel alanı iyi değerlendirmesi gerektiğini belirtiyor. Uluslararası organizasyonları, bağışçıları ve firmaları bir çatı altında toplayan 'eTrade for All' (Herkes için e-ticaret) isimli yeni bir girişim de, gelişmekte olan ülkelere e-ticaret değerlendirmeleri, bilgi ve iletişim teknoloji altyapısı, ödemeler, ticaret lojistiği, yasal çerçeve, beceri geliştirme ve e-ticaret için finansman sağlama gibi alanlarda yardımcı olacak.

Stoklar azaldı, pamuk fiyatları yükseliyor

Uluslararası pamuk fiyatları, temmuz ayının ikinci yarısında ortalama 70 cent/lb seviyesinden 80 cent/lb'nin üstüne çıktı. Dünya stoklarının yüzde 12 düşüşle 19.7 milyon ton olarak tahmin edildiği 2015-16 sezonunun sonunda, en büyük beş üretici ülkedeki mahsul miktarının ciddi miktarda düşmesi ve beklenenden yüksek talep stokları azalttı. Beş büyük üretici, dünya üretiminin yüzde 76'sını oluşturuyor. Dünyanın en büyük pamuk üreticisi Hindistan'da, 2015-16'da üretim yüzde 11 düşerek 5.7 milyon ton oldu. Çin'in üretimi yüzde 26 düşerek 4.8 milyon tona, ABD'de yüzde 21 azalmayla 2.8 milyon tona düştü. Pakistan'ın üretimi ise 1998/99'dan bu yana en düşük seviyesinde; yüzde 34 düşüşle 1.5 milyon ton olarak gerçekleşti. Brezilya'daki üretim de yüzde 11 azalarak 1.4 milyon ton oldu. 2016-17'de dünya üretiminin yüzde 8 artarak 22.9 milyon tona ulaşacağı tahmin ediliyor. Üretimde artış beklense de, tüketimin 23.9 milyon tonda sabit kalacağı öngörülüyor.



Vietnam daha çok pamuk ithal edecek

Vietnam, geçen yıla göre pamuk ithalatını yüzde 19 artırıyor. Pamuk ve İplik Sanayi Birliği Başkan Yardımcısı Nguyen Son, 1.2 milyon ton pamuk ithal edeceklerini açıkladı. ABD, Vietnam'ın en büyük hammadde tedarikçisi. Onu, Hindistan, Brezilya ve Avustralya izliyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre, Vietnam'da akıllı telefonların ardından en yüksek ihracat gelirini tekstil ve hazır giyim sektörleri sağlıyor. Bu iki sektördeki ihracatın bu yıl yüzde 36 artışla 31 milyar dolara ulaşması bekleniyor.



AB ve Endonezya masada

AB ile Endonezya arasındaki Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (CEPA) için müzakereler resmen başladı. Müzakerelerde öncelik; fıkri mülkiyet haklarının korunması, rekabet kuralları, gümrük vergileri ve ticaret, hizmetler ve yatırımlarda diğer engeller ve kamu alımı pazarlarına erişime verilecek. Ticaret ve yatırımları kolaylaştıracak anlaşmaya dair müzakerelerin ilk turunun bu yıl içinde başlaması bekleniyor.

Akıllı kıyafetler serbest radikallerle savaşıyor

Nanobionic tarafından geliştirilen nileri teknoloji ürünü kıyafetlerin, günde bir-iki saat giyildiğinde serbest radikal oluşumunu azaltabildiği anlaşıldı. Mayıs 2016'da Medicinal Chemistry and Toxicology dergisinde yayımlanan bir araştırmaya göre, akıllı kıyafetler serbest radikallere antioksidanlar gibi direnç gösteriyor. Vücudumuz, trilyonlarca serbest radikal üretiyor. Çevre ve hava kirliliği, UV ışınları, sağlıksız beslenme, radyasyon, sigara ve alkol tüketimi bu reaktif molekülleri artırıyor. Kanseri, kalp ve damar hastalıkları, kansızlık, alzheimer ve deri hastalıklarına yol açabilen bu moleküllerle, yine vücudumuzun antioksidan sistemi başa çıkıyor. Yapılan çalışmada sağlıklı bireylerde ve serbest radikallerden kaynaklı rahatsızlığı olan hastalarda, bu tekstil ürününün yararlı etkileri görüldü. Giysiler, serbest radikal sayısını azalttı.



İstihdam hükümlerinin ticarete zararı yok

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) yeni araştırması, ticaret anlaşmalarının içerdiği istihdam hükümlerinin ticaret akışında azalmaya veya yön değiştirmeye yol açmadığını ve işgücü piyasasına erişimi kolaylaştırdığını ortaya koydu. Araştırmaya göre, söz konusu anlaşmalar, ticaret tutarını ortalama yüzde 28 artırıyor. İstihdam hükümleri içermeyen bir anlaşmada bu oran yüzde 26 olarak gerçekleşiyor. Bu hükümler, özellikle çalışma yaşındaki kadınlar için işgücü piyasasına erişimi destekliyor. Araştırma, dünya genelinde ticaret anlaşmalarının sayısının da arttığını gösteriyor. ILO Kıdemli İktisatçısı Marva Corley, Aralık 2015 itibarıyla istihdam hükümleri içeren 76 ticaret anlaşmasının olduğunu, bunların 135 ülkeyi kapsadığını ve yaklaşık yarısının 2008'den sonra imzalandığını belirtiyor. 2013'ten sonra yürürlüğe giren ticaret anlaşmalarının yüzde 80'den fazlası da istihdam hükümleri içeriyor.



Çin geleceğin peşinde

Dünyanın ikinci büyük ekonomisi Çin, ülkedeki çalışma hayatının geleceği konusunda kapsamlı bir araştırma yürütmeye başlıyor. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Çin Renmin Üniversitesi ve İnsan



Kaynakları ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, ülkenin, teknolojik gelişmeler, ekonomik değişimler ve makro-ekonomik dinamiklerle bağlantılı olarak çalışma dünyasındaki gelişmelerden nasıl etkileneceğini inceliyor. Bu amaçla, ILO'nun Çin ve Moğolistan ofislerinin üniversite ile beraber düzenlediği bir seminerden ilginç tespitler çıktı. Buna göre, robot teknolojisi, aditif (eklemeli) imalat ve nesnelerin interneti gibi dijital teknolojiler belirli sektörlerdeki işlerin yerine geçer ve iş ilişkilerini değiştirirken, aynı zamanda farklı niteliklerde işçilere ihtiyaç oluşturuyor ve yeni işler, hatta yeni sektörler yaratıyor. Alibaba Group Strateji Araştırma Bölümü Kıdemli Uzmanı Hao Jianbin'e göre, Çin'de e-ticaretteki büyüme lojistik ve dağıtım ile ilgili işlerde artışa yol açıyor, bu durum da kırsal kesimden gelenlere iş imkânı sağlıyor. Çin hükümeti, Uber sürücülerini gibi yeni istihdam şekillerini de dikkate alarak, çalışanlara güvence sağlamak üzere bir araştırma başlatacak.



İşgücü piyasası toparlanıyor, ancak ücret artışı zayıf

OECD 2016 İstihdam Görünümü raporuna göre, işgücü piyasaları krizden sonra toparlanmaya devam ediyor; istihdam kriz öncesi seviyelere dönmeye başladı, ancak ücret artışı hâlâ zayıf. Rapordan öne çıkan başlıklar şöyle:

- Kriz sonrası iş açığı kapanıyor, fakat hükümetlerin iş kalitesindeki zayıflığı ve işgücü piyasasındaki fırsat eşitsizliğini ele almaları gerekiyor. Çalışma yaşındaki çalışan nüfus payının, küresel finans krizinin başlamasından yaklaşık 10 yıl sonra, 2017'de kriz öncesi seviyeye geri dönmesi öngörülüyor. Büyük Resesyon sırasında işlerini kaybeden işçilerin çoğu artık işlerine geri döndü, fakat maaşlar kontrol altında, iş baskısı da yaygın kalmaya devam ediyor. Toparlanma da dengesiz; önemli sayıdaki Avrupalı OECD ülkesinde işsizlik çok yüksek seyrediyor.
- Hem istihdam hem de öğrenimden kopan düşük vasıflı gençler, işgücü piyasasında sürekli geride kalma riski taşıyor.
- Vasıfların işyerinde nasıl kullanıldığı verimliliği, maaşları ve iş memnuniyetini etkiliyor. İşverenler ile hükümetlerin vasıfların daha iyi kullanımını desteklemek üzere daha çok şey yapmaları gerekiyor.
- Yapısal reformlar kısa vadeli istihdam kayıplarıyla sonuçlanabilir, fakat hükümetler bu maliyetleri azaltma/kaçınma yönünde adım atabilir.
- Gelişmekte olan ülkelerdeki cinsiyet ayrımının ortadan kaldırılması da önemli bir zorluktur.

Sürdürülebilir sanayi istihdamı nasıl desteklenebilir?

Güney Asya'da işçi sendikaları, sürdürülebilir sanayi istihdamının nasıl desteklenebileceğini tartışıyor. Nepal, Bangladeş, Hindistan, Pakistan ve Sri Lanka'daki IndustriAll Global İşçi Sendikası'na üye işçi sendikaları, 8-9 Ağustos tarihlerinde Katmandu'da bir araya geldiler. Toplantının odak noktası; sürdürülebilir sanayi istihdamının ayrı ayrı ülkelere uyarlanması ve bölgesel bir strateji geliştirilmesiydi. Beş ülkenin sendika temsilcileri, ülkelerindeki zayıf sanayi politikaları neticesinde işçilerin muzdarip olduğu olumsuz etkilere dikkat çektiler. Sanayi politikalarının, ekonomi politikaları vasıtasıyla şekillendiğini ve istihdam, sosyal veya çevresel ihtiyaçların ele alınmadığını belirttiler. Toplantıda ayrıca, Güney Asya ülkeleri kapsamında, işçi haklarına zarar verecek girişimlere karşı koyulması ve ticaret anlaşmalarında işçi haklarının daha fazla korunması üzerine dayanışma çağrısı yapıldı.



Asyalı konfeksiyon işçileri için işbirliği

Yedi Asya ülkesinden sendika temsilcileri, 28-29 Temmuz'da Kamboçya'nın Phnom Penh şehrinde düzenlenen çalıştayda, konfeksiyon işçileri için 'geçinmeye yetecek seviye'de ücret artışı sağlamanın yollarını aradılar. Bu yedi ülkedeki tablo kısaca şöyle: Filipinler'de, 'geçinmeye yetecek ücret' işçi sendikaları için bir öncelik. Endonezya'da işçi sendikaları asgari ücret artışını enflasyon ve ekonomik büyüme oranına bağlayan yasal değişikliği takiben, daha yüksek asgari ücret talep etme hakkını elde etmeye çalışıyor. Myanmar'da, birçok ihtilaf ve grev neticesinde, 2013'te ulusal asgari ücret komitesi kuruldu; Ağustos 2015'te ilk asgari ücret açıklandı. Kamboçya'da, konfeksiyon sektörü için asgari ücret yıllık belirleniyor. İşçi sendikaları şimdi ücret araştırması analizi yapıyor. Bangladeş'te, en son asgari ücret artışı 2013'te yapıldı. Dakka'daki terör saldırıları sonrası, güvenlik şartları ücret mücadelesini güçleştiriyor. Tayland'da, 2011'den beri asgari ücret artmadı. Mevcut askeri rejim, işçi sendikalarının halka açık toplantı düzenlemesine izin vermiyor. Vietnam ise bölgede sanayi seviyesinde toplu sözleşme yapan tek ülke. Friedrich Ebert Vakfı'nın da desteklediği çalıştayda sendikacılar, sanayi seviyesinde toplu pazarlığın her ülkede geliştirilmesi konusunda mutabık kaldı.

G20 buluşmasından politika tavsiyeleri

G20 üyesi ülkelerin Çalışma ve İstihdam Bakanları, Çin'in başkenti Pekin'de küreselleşme, teknolojik ilerleme ve demografik değişimin işgücü piyasalarında yarattığı zorlukları masaya yatırdı. 12-13 Temmuz tarihlerinde yapılan toplantının ana başlığı; 'İnovasyon ve Kapsayıcı Büyüme: İnsana Yakışır İş, İstihdam Edilebilirliğin Artırılması ve Yeterli İş Fırsatlarıydı. Toplantıya, G20 ülkelerinden bakanlar ile davetli altı ülkeden çalışma ve istihdam bakanları dahil yaklaşık 300 katılımcı ve ILO ve OECD gibi uluslararası teşkilatlardan delegeler katıldı. İstihdam yaratılması ve işgücü becerilerinin geliştirilmesi için politika tavsiyelerinin oluşturulduğu toplantıda, bir de bildirge kabul edildi. Bu bildirgede, insana yakışır iş ve üretken istihdamın dünya genelinde temel geçim kaynağını oluşturduğu vurgulandı. Buna göre, daha nitelikli işler yaratmak için yapılacak faaliyetler, güçlü, sürdürülebilir ve dengeli büyüme için zorunlu bir faktör.

Litvanya'da tartışmalı iş kanununa veto

Litvanya Cumhurbaşkanı Dalia Grybauskaitė, yoğun tartışmalara ve protestolara sebep olan yeni iş kanununu veto ederek, tekrar görüşülmek üzere, 4 Temmuz'da Medisi'e iade etti. Hükümet, Kasım ayındaki seçimler öncesinde kanunun yürürlüğe girmesi için büyük çaba sarf ediyor. Hükümet, bunun özellikle iş dünyasının güncel sorunlarına cevap veren, işverene işçi istihdamı konusunda bazı esneklikler tanıyan, ancak işçi ve işveren haklarını eşit oranda gözetken modern bir kanun olduğunu ileri sürerken, Cumhurbaşkanı işçi haklarına daha hassas yaklaşılması gerektiğini, kanunun aceleye getirildiğini belirtiyor. IndustriAll Avrupa İşçi Sendikası Federasyonu da, Litvanya'da işçi haklarına zarar verecek tüm maddelerin (260 maddeden 22'si) iptali için ülkedeki işçi sendikalarını tamamen desteklediklerini açıkladı. İptali istenen maddeler arasında; yıllık izin sürelerinin kısaltılması, kıdem tazminatında kesinti, emekliliğe hak kazanmak için gerekli çalışma süresinin yükseltilmesi de var.



ILO'nun sosyo-ekonomik iyileşme reçetesi

ILO Genel Müdürü Guy Ryder, işgücü politikalarının; ücretlerin yükseltilmesi, insana yakışır işlerin yaratılması ve böylece hane halkı harcamalarının artırılması yoluyla sosyo-ekonomik iyileşmeyi destekleyecek biçimde uygulanması çağrısında bulundu. Çin Başbakanı Li Keqiang'ın daveti ile Pekin'de düzenlenen ve çeşitli uluslararası teşkilatların başkanlarını bir araya getiren '1+6' yuvarlak masa toplantısında konuşan Ryder'a göre, işgücü politikalarının ekonomik büyümeyi artıracak şekilde işgücü gelirlerini desteklemesine ve işçilerin düşük verimlilikteki işlerden yüksek verimliliktekilere geçişini kolaylaştıracak tedbirleri dengelemesine ihtiyaç var. Guy Ryder, ücretlerin (özellikle asgari ücretin) ve sosyal yardımların satın alma gücünün korunması ve artırılmasının öncelik olduğunu vurguladı.



Ekonominin yüzde 95'i sağduyudan ibarettir...



PROF. DR. SADİ UZUNOĞLU
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ

Darbe girişiminin ardından yenilenen notlar sebebiyle, Türkiye'den 'bir miktar' sermaye çıkışı yaşanabilecek.

Türkiye, 15 Temmuz darbe girişiminin ardından kredi derecelleme (rating) kuruluşlarının not düşürme baskısı ile karşı karşıya kaldı. Bu kurumların değerlendirmeleri genelde Türkiye'ye giren yabancı yatırımcılar, özellikle de portföy yatırımı yapan emeklilik fonları açısından önemli. Çünkü bu tür fonların 'yatırım statüleri'nde bizim gibi ekonomilere sermaye aktarırken, en az iki kredi derecelleme kuruluşunun 'yatırım yapılabilir' (investment grade) notunun bulunması gerekli. Türkiye'ye not veren kredi derecelleme kurumlarından S&P notunu 15 Temmuz darbe girişiminin ardından BB+ düzeyden bir aşağı BB'ye çekti. Fitch ve Moody's ise Türkiye'nin kredi notunu hâlâ 'yatırım yapılabilir' düzeyde tutuyor. Ancak darbe girişiminin ardından Moody's'in kredi notunu 'siyasi riskler' nedeniyle gözden geçirebileceğine ilişkin açıklamalarının ciddiye alınması gerekiyor. Moody's'in, Türkiye'nin kredi notunu bir kademe aşağı çekmesi, öncelikle yaklaşık 10 milyar dolar tutarında Türk tahvillerine para yatırmış olan emeklilik fonlarının bu tahvillerden çıkması sonucunu doğurabilecek ve başka olumsuz sonuçları da olabilecek. Diğer taraftan kredi derecelleme kuruluşlarının vereceği nota önem vermeyecek olan farklı yabancı fonların da bulunduğunu unutmayalım. Hangi açıdan bakarsak bakalım, şiddeti farklı olsa da, bu kurumların vereceği nota önem atfedecek yatırımcılar bulunacak ve Türkiye'den 'bir miktar' sermaye çıkışı

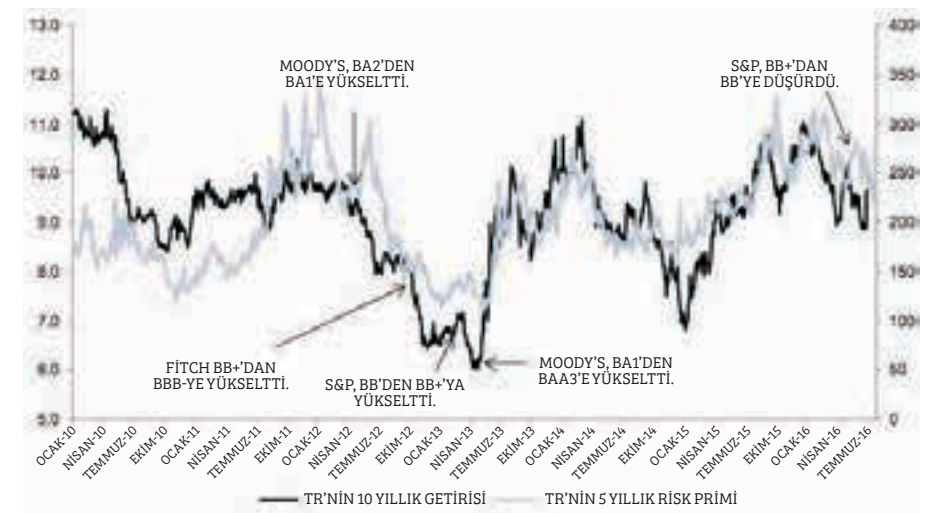
Türkiye'nin ülke notu (2016 Ağustos)

S&P	Fitch	Moody's
AAA	AAA	Aaa
AA+	AA+	Aa1
AA	AA	Aa2
AA-	AA-	Aa3
A+	A+	A1
A	A	A2
A-	A-	A3
BBB+	BBB+	Baa1
BBB	BBB	Baa2
BBB-	BBB-	Baa3
	Spekülatif	
BB+	BB+	Ba1
BB	BB	Ba2
BB-	BB-	Ba3
B+	B+	B1
B	B	B2
B-	B-	B3
CCC+	CCC+	Caa1
CCC	CCC	Caa2
CCC-	CCC-	Caa3
CC	CC	Ca
C	C	C

yaşanabilecek. Diğer taraftan bu notlama Türkiye'de bulunan ve gelecek olan yabancı yatırımcı açısından da olumsuz bir görüntü verecek.

Sonuçta, Türkiye kredi düşüş riskiyle karşı karşıya. Önemli olan, bu riski küçümsemek ve buna karşı önlem almak. Çünkü GSYH'nın yaklaşık yüzde 4'ü (30 milyar dolar civarında) kadar cari açığı bulunan, ayrıca kısa vadeli yaklaşık 120 milyar dolar anapara borcunu ve buna ek olarak dış borcun yıllık faizini çevirmek zorunda olan bir ülkenin bu durumu ciddiye alması ve 'sağduyu' ile hareket etmesi gerekiyor.

Türkiye'nin kredi notu: Risk primi (CDS) ve tahvil getirileri



KAYNAK: BLOOMBERG (FITCH VE MOODY'S YATIRIM YAPILABİLİR NOTU VERDİ, ANCAK MOODY'S YENİDEN GÖZDEN GEÇİRECEĞİNİ AÇIKLADI.)

Bize düşen, Moody's'in 15 Temmuz darbe girişimi sonrası siyasi riski gerekçe göstererek kredi notunu 'gözden geçirme' açıklamasını 'tarafli olarak değerlendirdiği için suçlamak' değil -ki tarafli da olabilir-, bu riske karşı önlem almaktır.

Çünkü, yapısal hale gelen cari açık sorunu ve finansman gereksinimi dışında bir diğer sorun da Türkiye'nin uluslararası piyasalardaki risk priminin (Credit Default Swap-CDS) yükselmesi. CDS, alacaklının, borçlunun iflas riskine karşı kendini sigortalama ücreti olarak biliniyor. Bu prim, piyasalarda arz-talep tarafından belirlenmiş olsa da, kredi dereceleme kuruluşlarının verdiği notlar CDS'leri etkiliyor. Dolayısıyla kredi derecesi düşen bir ülkeye borç vermek isteyenler daha yüksek maliyetle kendilerini koruyabiliyor ve maliyetleri yükseliyor. Bu koşullar



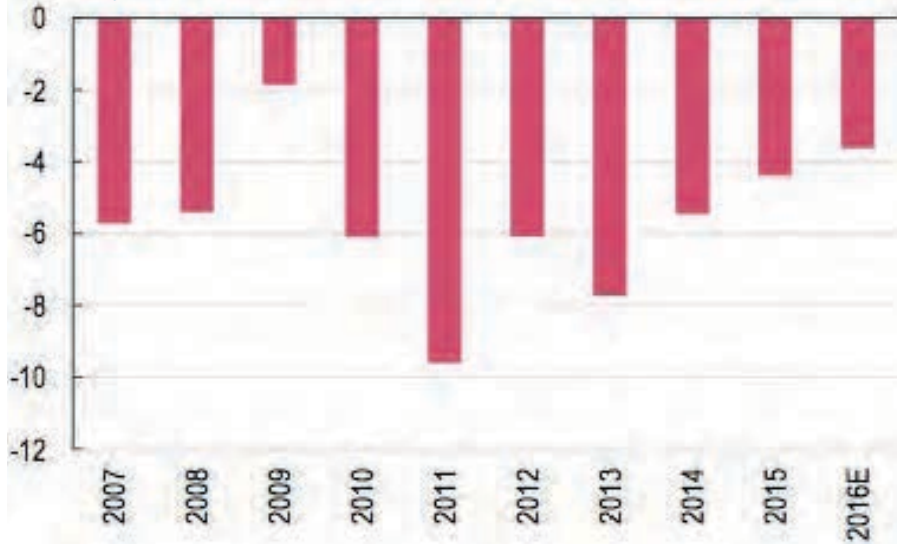
Bir sorun da Türkiye'nin uluslararası piyasalardaki risk priminin yükselmesi. Kredi dereceleme kuruluşlarının notları, bu primleri etkiliyor. Bu, ülkenin borçlanma maliyetini yükseltebilir.

altında dışarıdan sermaye girişi azalabilir ve/veya gelen sermaye Türkiye'den daha yüksek getiri talep edebilir. Dolayısıyla ülkenin borçlanma maliyeti yükselir.

Yumuşak iniş programının kazanımları

Türkiye ekonomisi 2008 küresel krizinden olumsuz yönde etkilenen ülkelerden biriydi: 2008'de büyüme 0.7 gibi düşük düzeylere inerken, 2009'da ekonomi yüzde 4.8 oranında küçüldü ve işsizlik oranı yüzde 10'lardan yüzde 14'ler düzeyine yükseldi. Aynı dönemde gelişen ülkelerde başlayan parasal genişleme

Cari Açık / GSYH Oranı (%)



KAYNAK: IMF

programları bizim gibi ülkelere olumlu yansıdı ve dışarıdan giren sermaye ile gelişen ülkeler hızla toparlandı. Gelişen piyasalara yıllık 300-400 milyar dolar civarında sermaye girişleri gerçekleşti. Türkiye de bu girişlerden etkilenen ülkelerin başında geldi. 2009'un sonundan itibaren 2010 ve 2011 döneminde yurtiçi kredi hacminin de yıllık yüzde 40'lara yükselmesi ekonomiyi 2010'da yüzde 8.9, 2011'de de yüzde 8.8 gibi yüksek oranlarda büyüttü. Ancak 'kök para' dolar girişiyle artan kredi hacmi hızla tüketime kaymaya başladı. İç talep itişli yüksek büyüme, ithalata bağımlı üretim nedeniyle cari açığın

hızla artmasına neden oldu. Cari açığın GSYİH'daki oranı yüzde 9.7 gibi rekor düzeye yükseldi. Yüksek enerji ve emtia fiyatları cari açığı ayrıca tetikliyordu.

Küresel likidite daralmasından en fazla etkilenecek beş ülkeden biri olarak gösterilen Türkiye'nin acil önlem alması gerekiyordu. Çünkü, gerek kredi dereceleme gerekse diğer uluslararası kuruluşlar, bir ülkenin dış kırılganlığını ölçerken belirli kriterlere bakıyordu: Cari açık / GSYİH, özel kesimin dış borçlanmasındaki artış oranı, uluslararası rezervlerin kısa vadeli dış borçtan yüksek olması, uluslararası yatırım pozisyonu / GSYİH oranının yüzde 35'i aşmaması...

Sayıdığımız kriterler, Türkiye açısından olumsuz işaretler veriyordu. Dolayısıyla Türkiye 2010-2011 sürecinde 'yumuşak iniş' adı altında, büyümeyi ve cari açığı öncelikle kontrol altına alacak program uygulamaya başladı. Banka kredilerinin tüketiciler yerine şirketlere yönelmesi hedeflendi, krediler kontrol altına alındı. Bu arada bankaların Merkez Bankası nezdinde tutmak zorunda olduğu karşılıklarla ilgili düzenlemeler yapıldı. Bu düzenlemelerle bankaların Merkez Bankası nezdinde TL karşılığı için altın ve döviz tutması olanaklı hale getirildi. Bu önlem uluslararası rezervlerin hızla kısa vadeli dış borçları aşması

sonucunu doğurdu. Kredi dereceleme kuruluşları bu duruma kayıtsız kalmadı. Türkiye'nin kredi notu, Grafik 1'de de görülebileceği gibi 2011-2013 sürecinde yükseltildi: Fitch ve Moody's Türkiye'ye 'yatırım yapılabilir' notu verirken, S&P da notu bir kademe yükseltti. Bu kurumların not yükseltmeleri özellikle küresel likidite ortamının kısılmaya başladığı 2013 Mayıs'ından itibaren destekleyici bir unsurdur. Grafik 1'den de izlenebileceği gibi not artırımları Türkiye'nin CDS'lerini hızla aşağı çekerken, borçlanma maliyetlerini de düşürdü.

2013 Mayıs'ında FED Başkanı Bernanke'nin açıklamalarıyla bizim gibi ülkelere giren likiditenin daralmasına; yine 2013'te başlayan siyasi türbülanslara, üst üste yapılan seçimlere, Rusya ile gerilen ilişkilere ve artan şiddete rağmen CDS artışları sınırlı kaldı. Yaşanan olumsuzlukların sınırlı kalmasında; tavizsiz uygulanan 'mali disiplin' (bkz. Tablo 2), bankacılık sektörünün reel kesimi desteklemeye

Türkiye'de temel değil ama tali siyasi riskin varlığından söz edilebilir. Bu durumda Türkiye'nin 'daha fazla barış ve demokrasi', 'daha fazla dost' üretmesi için çabalaması gerekiyor.

devam eden yaklaşımları ve ekonomik aktörlerin sağduyulu davranması kadar kredi dereceleme kuruluşlarının verdiği notların da etkisi vardı.

Siyasi risk ile kastedilen nedir?

Öncelikle kredi dereceleme kuruluşlarının 'siyasi risk' olarak değerlendirdikleri konuyu doğru algılamamız gerekiyor. Bu kurumlar sadece ekonomik değil, siyasi riskleri değerlendirerek ülkeye not veriyor. Peki



Merkezi Yönetim Bütçesi (Milyar TL)

	2014	2015	2016	2017	2018
Harcamalar	448.7	506.0	570.5	618.6	669.3
-Faiz Dışı	398.8	453.0	514.5	559.6	606.3
-Faiz	49.9	53	56	59	63.0
Gelirler	425.4	483.4	540.8	593.6	646.2
Bütçe Dengesi	-23.3	-22.6	-29.7	-25.0	-23.1
Bütçe Dengesi/ GSYH (%)	-1.3	-1.2	-1.3	-1.0	-0.8
Faiz Dışı Denge/ GSYH (%)	1.5	1.5	1.2	1.4	1.4

KAYNAK: MALİYE BAKANLIĞI, 2016, 2017 VE 2018 OVP TAHMİNLERİ

'siyasi risk' bu kurumlar açısından nasıl tanımlanıyor?

Bu kurumlar statülerinde siyasi riskleri ikiye ayırıyor: Temel ve tali siyasi riskler. Bir ülkede temel siyasi risk, siyasi otoritenin karar üretememesi ve/veya ürettiği kararları uygulayamamasıdır. Türkiye açısından temel siyasi risk söz konusu değil. Çünkü Türkiye'de seçilmiş

ve demokrasi', 'daha fazla dost' üretmesi için çabalaması gerekiyor.

15 Temmuz darbe girişiminin, gerek ekonomik gerekse politik etkilerinin atlatılmasında unutulmaması gereken en önemli nokta da iktidarı ve muhalefeti ile demokrasiye indirilen darbeye karşı tek vücut halinde durulmasıdır. Bu duruş, uygulanacak birçok politikadan

parlamento ve seçilmiş cumhurbaşkanı ile karar üretilip uygulanabiliyor.

Tali siyasi risk ise 15 Temmuz darbe girişimi gibi bir olayın; ülkenin komşularla ilişkilerini nasıl şekillendireceği, dış politikasında temel bir değişimin yaşanıp yaşanmayacağı, siyasi şiddetin artıp artmayacağı gibi politik etkiler doğurması halinde ortaya çıkacak risklerdir. Bu çerçevede bakıldığında Türkiye'de temel değil ama tali siyasi riskin varlığından söz edilebilir. Bu durumda Türkiye'nin 'daha fazla barış

daha etkilidir ve sonucu da somut olarak görülmüştür. Buradan çıkacak ders, tüm kesimleri kapsayıcı, ötekileştirmeyen, azınlığın da haklarının korunduğu, ortak akla kulak veren bir demokrasi üretmektir.

Sonuç olarak...

Küresel likiditenin sıkışmaya başladığı bir ortamda Türkiye'nin tali siyasi risklerinin ekonomiyi etkilemesine izin verilmemesi gerekiyor. Ekonomide dikkat çeken 'ikili' yaklaşımdan uzaklaşılması, içinde bulunduğumuz sıkıntıların atlatılması açısından oldukça önemli. Bir taraftan 45 yaş altına BES zorunluluğu diğer taraftan kredi kartı ve kredilerde taksit yükseltimine ilişkin kararlar, bu ikili yapıyı açıkça ortaya koyuyor. Türkiye bu dönemde biraz büyümeden fedakârlık ederek tasarruf edip cari açığı kontrol ederek dış finansman gereksinimini mi azaltacak yoksa kredi destekli iç talep artışıyla büyümeyi mi tercih edecek? Belki de yapısal reformlara başlamadan da bu konuda tercih yapılması gerekiyor. Çünkü bu tercih, yapısal reformlar konusunda ne kadar istekli olduğumuzu da gösterecek.

Normalleşme tekstile nefes aldırarak

Son dönemde Rusya, İsrail, Suriye ve İran ile yaşadığımız normalleşme sürecinin, bu ülkelerle ticari ilişkilerimize pansuman yapması bekleniyor. Dünyanın en büyük tekstil üretici ve ihracatçılarından Türkiye, kimi pazarlarda yeniden birinciliği ele geçirebilir.



Ağustos ayındaki
Erdoğan-Putin görüşmesi
sıcak bir havada geçti.

Dünyanın en büyük altıncı tekstil ve hazır giyim ihracatçısı Türkiye, 200 civarında ülkeye ürün satıyor. Son dönemde, Rusya, İsrail, Suriye ve İran ile ikili ilişkilerdeki normalleşme havası tekstil sektörüne de nefes aldırarak gibi görünüyor. İkili ilişkilerin gelişmesi ile birlikte geleneksel pazarların dışında, yeniden birinciliği ele geçireceğimiz pazarları araştırdık.

Petersburg'da, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin arasında gerçekleşen sıcak görüşme ise ilişkilerde yeniden bir bahar havası başlattı. Bu yakınlaşmayla beraber, önümüzdeki dönemde iki ülke arasındaki ilişkilerin yeniden eski seyrine dönmesi bekleniyor.

Uçak krizi öncesi, Türkiye-Rusya arasındaki ticaret hacminin 100 milyar

dolara ulaştırılmasına yönelik hedefin yeniden yakalanması için de çalışmalara başlanacak gibi görünüyor. Rusya ile ticarette, tekstil ve hammaddeleri, hazır giyim ve konfeksiyon, deri ve deri mamülleri, otomotiv endüstrisi, elektrik, elektronik, inşaat malzemeleri ve hizmet alanlarında ihracatın artması bekleniyor.

Rusya Federasyonu, Türkiye'nin dünyada en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler sıralamasında Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda gibi ülkelerin ardından 10'uncu sırada yer alıyor. Ancak iki ülke arasında yaşanan uçak krizinin etkisiyle, Rusya bu sıralamanın çok gerisine düşmüştü. 9 Ağustos'ta St.

Rusya'nın 10 milyar dolarlık hazır giyim ithalatından en büyük payı, 3.5 milyar dolar ile Çin alıyor. Türkiye ise 3 milyar dolar ile ikinci sırada geliyor.

2012 yılında 380 milyon dolarlık hazır giyim ürünü ihraç edilen Rusya'ya, 2013'te yüzde 8.5'lik artışla 412 milyon dolarlık ürün satılmıştı. Toplam 75 milyar dolarlık hazır giyim pazarına sahip olan Rusya, her yıl yaklaşık 10 milyar dolarlık hazır giyim ithalatı gerçekleştiriyor. Türk moda endüstrisi, tasarım, trend ve tanıtım atağı ile mevcut ihracat rakamlarını, Rusya'da yaşanan ekonomik krizin etkilerinin önümüzdeki yıllarda azalması halinde, daha yukarılara taşımayı hedefliyor. Rusya'ya yapılan resmi ihracatta, 1 milyar dolarlık psikolojik sınırı aşma hedefi bulunuyor.

Ambargonun kalktığı İran, Türkiye açısından fırsatlar barındıran bir diğer pazar.

Rusya, Türk tekstil sektörü için önemli bir kale konumunda. Soğuk Savaş sonrası Rusya'da yatırım ve markalaşmaya hız veren Mavi, Colin's gibi Türk firmaları, markalaşmaya aslında Rusya'yla başladı. Mavi, Colin's, Gizia, Avva gibi Türk firmalarının çoğu Rusya'ya markalı ürün gönderiyor. Resmi kayıtlara göre, Rusya'nın 10 milyar dolarlık hazır giyim ithalatından en büyük payı, 3.5 milyar dolar ile Çin alıyor. Türkiye ise resmi-gayriresmi 3 milyar doları bulan ihracatı ile Çin'den sonra ikinci konumda yer alıyor.

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) Yönetim Kurulu Üyesi ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Konfeksiyon ve Hazır Giyim Meclisi Üyesi Ali Osman Kilitçioğlu, "Tekstil sektörü sezon bazlı çalışır. Bu sebeple anlık siyasi gelişmelerden etkilenmesi zaman alır. Ancak seyahatte bile kısıt olan bir çalışma şeklinden çok daha farklı bir zemine geçildiğinden, etkisinin mümkün olan en kısa sürede hissedileceği aşikârdır" diyor.

Rusya'dan beklenti büyük

Türkiye'nin ticaret ilişkileri içinde olduğu, ancak zamanla ilişkilerin soğuduğu İran, İsrail, Suriye ve Rusya gibi pazarlardaki normalleşmenin ticari ilişkilere olumlu yansması bekleniyor. Ancak normalleşme etkisi, ülkelere ve bu ülkelerin taleplerine göre farklılıklar gösterecek.

Özellikle Rusya ve İran'da yünl kumaş ve giysi alabilecek bir nüfus bulunduğuna dikkat çeken Kilitçioğlu, bu iki ülkede pazarımızın mevcut olduğunu, ancak dünyadaki genel dalgalanmalardan dolayı



ALİ OSMAN KİLİTÇİOĞLU / TTSİS YÖNETİM KURULU ÜYESİ, TOBB KONFEKSİYON VE HAZIR GIYIM MECLİSİ ÜYESİ:

Piyasalara tedbirli duruş hakim

Özellikle Rusya ve İran'da tanınan bir markamız ve bu pazarlarda yünl kumaş, giysi alabilecek bir nüfus var. Bu sebeple bu iki ülkede pazarlarımız mevcut. Ancak dünya üzerindeki genel dalgalanmadan ötürü herkes tedbirli. Bu tedbirli duruş tüm pazarlarda hızlı ilerlemenin önünü kesiyor. Global sıkıntılar hafiflediğinde ve global ekonomide güven ortamı oluştuğunda Rusya ve İran'da satışlarımız artacaktır. Nitekim geçmişte de bugünün satışlarının çok daha üzerinde rakamlara ulaştığımız oldu. Suriye ve İsrail, tüketici alışkanlıkları sebebi ile daha önceden de bizim portföyümüzde değildi. Bundan sonra da bu iki pazarda yüklü satış rakamları beklemiyoruz. Ancak İsrail'in özellikle Amerika'ya ihraç ettiği ürünlere hammadde olarak dahil olma opsiyonumuz her zaman geçerlidir.



İSMAİL GÜLLE / İTHİB BAŞKANI:

Rusya pazarının açılmasına hazırlanmalıyız

Özellikle Rusya pazarı Türkiye'nin önemli pazarlarından biri. Hem coğrafi yakınlığı hem de iki ülke insanının yakınlığı ticari ilişkilere de yansıyor. Uçak krizi ile birlikte bozulan ilişkilerin yeniden normalleşme sürecine girmesi sevindirici bir durum. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ile Putin arasında gerçekleştirilen görüşmenin tekstil sektöründe Rusya pazarının yeniden açılmasını sağlayacağına inanıyoruz. Pazarın açılacak olması nedeniyle hazırlıklı olunması, fabrikaların çalışması gerekiyor.



ŞEREF FAYAT / TGSD BAŞKANI:

Rusya ile ticaretin normalleşmesi üç yılı bulur

Türkiye'nin en önemli pazarlarından biri Rusya. İsrail, Suriye ve İran pazarları ise Rusya ile olan ihracatımızın çok çok altında bir seyir izliyorlar. Bu pazarlarla yaşanan normalleşme süreci mutlaka ihracata da olumlu yansıyacaktır. Rusya ile yaşanan uçak krizi nedeniyle iki ülke arasındaki ticarette yüzde 20'lik düşüş yaşanmıştı. Bu düşüş yaşanan yakınlaşmayla birlikte toparlanacaktır. Ancak burada unutulmaması gereken bir diğer konu, Rusya'da yaşanan ekonomik krizin etkisiyle son iki yılda ticaretimizde bir gerileme söz konusuydu. Bu ülkenin ekonomisinin hâlâ yeterince toparlanmadığını düşündüğümüzde, ticaret hacminin beklediğimiz seviyelere gelmesinin üç yılı bulacağı görülüyor.





Putin-Erdoğan görüşmesi, 9 Ağustos'ta St. Petersburg'da gerçekleşti.



Hangi pazar, neleri talep ediyor?

RUSYA: Konfeksiyon üretiminde imkânları kısıtlı olan ülke, özellikle deri, konfeksiyon gibi bitmiş ürünlere talep gösteriyor. Kendi koleksiyonunu yapan, özellikle erkek takım elbise üreticisi firmaların kumaş ihtiyacı da söz konusu. **İSRAİL:** İhracat yapan firmaların, bitmiş üründen ziyade kumaş ihtiyacı bulunuyor. Özellikle Amerika'ya ihraç edilen ürünlere hammadde olarak kullanılacak ürünlere talep var.

İRAN: Ambargonun kalkmasıyla ticaret hacminin genişlemesi beklenen ülkenin, kumaş ve konfeksiyon ürünleri almaya devam etmesi bekleniyor. Türk üreticilerin ülkede üretim yapması da gündeme gelebilir.

SURİYE: Farklı tüketim alışkanlıkları nedeniyle tekstil, hazır giyim konusunda ticaretin gelişmediği ülkede özellikle ev tekstiline talep var.

tedbirli duruş sergilendiğini ve bunun da tüm pazarlarda hızlı ilerlemenin önünü kestiğini vurguluyor. Global sıkıntılar hafiflediğinde ve global ekonomide güven ortamı oluştuğunda Rusya ve İran'da Türk firmalarının satışlarının artacağına işaret eden Kilitçioğlu, geçmişte şu anki satışların çok daha üzerinde rakamlara ulaşılan yıllar olduğunu kaydediyor. Kilitçioğlu, Suriye ve İsrail'deki tüketici alışkanlıkları sebebiyle, bundan

pazarlar hakkında şu bilgileri veriyor:

“Rusya’da kendi koleksiyonunu yapan, özellikle erkek takım elbise üreten firmaların kumaş ihtiyacı devam ediyor. İsrail’de de ihracat yapan firmalar için bitmiş üründen ziyade kumaş ihtiyacı kaçınılmaz. İran hem kumaş hem konfeksiyon ürünleri almaya devam edecektir. Özellikle Rusya pazarında müşterileri direkt ziyaret edip, onların ihtiyacını anlamak bizim bulduğumuz

tekstil ve moda sektörünün önemli kalelerinden biri olarak anılan Laleli’de gerçekleştirildi. Bu yıl 5’incisi düzenlenen Laleli Fashion Shopping Fest’te, İran, Cezayir, Nijerya, Türkmenistan, Lübnan, Kamerun ve Gana’dan 170 kişilik alım heyeti ağırlanarak, bu ülkeler ile Türkiye arasındaki ticaretin gelişmesine katkı sağlandı.

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD) Başkanı Gıyaseddin Eyyüpkoca, festivalde Laleli firmalarının yabancı alıcılarda bire bir görüşmeler yaparak iş bağlantıları kurduklarını söylüyor. Erdoğan-Putin zirvesinin iki ülke ilişkilerinin eski seyrine dönmesi bakımından büyük önem taşıdığına dikkat çeken Eyyüpkoca, bu buluşma ile Rusya-Türkiye arasındaki ticaretin yeniden ivme kazanacağını vurguluyor.

İran pazarı da göz kırıyor

Ambargonun kalktığı İran, Türkiye açısından fırsatlar barındıran bir diğer

alandan kesinlikle gerekli. Ayrıca söz konusu ülkelerdeki firmalar, yurtdışında katıldığımız fuarlara davet ediliyor.”

Tekstil sektöründe ticaretin geliştirilmesinin yolu, ülkeler ve firmalar arasındaki ikili ilişkilerin geliştirilmesinden geçiyor. Bu gerçekten yola çıkan sektör temsilcileri de yeni pazarlar ve yeni ticari partnerler bulmak üzere çalışmalar yürütüyorlar. Bunlardan biri de Türk

sonrasında da bu iki pazarda yüklü satış rakamları beklenmediğini söylüyor. Kilitçioğlu, İsrail’in özellikle Amerika’ya ihraç ettiği ürünlere hammadde olarak dahil olunabileceğine dikkat çekiyor.

Rusya pazarında konfeksiyon üretiminde kısıtlı imkânlar nedeniyle bitmiş ürün eğiliminin fazla olduğuna işaret eden Ali Osman Kilitçioğlu, Türkiye’nin ikili ilişkilerinin yeniden gelişmeye başladığı

Ambargonun kalktığı İran, Türkiye açısından fırsatlar barındıran bir diğer pazar. Türkiye halihazırda, BAE ve Çin’in ardından İran’a en fazla tekstil ürünü ihraç eden üçüncü ülke.

Tekstile kas ve beyin gücü yetiştiren okullar

Tekstil ve hazır giyim sektörleri emek yoğun sektörler. Bu sektörlerde hem kas gücüne hem de tasarım yapacak, yeni ürün geliştirecek beyin gücüne ihtiyaç duyuluyor. Kalifiye eleman bulma sorununun yaşandığı Türkiye'de tekstile nitelikli eleman yetiştiren okulları araştırdık.

Tekstil ve hazır giyim endüstrisi denilince dünyada ilk akla gelen ülkelerden biri olan Türkiye, kaliteli üretimi ve tasarım gücüyle anılıyor. Ancak sektörde yaşanan gelişmeler, dünyada rekabetin giderek artması bu alanda markalaşmayı zorunlu kılıyor. Dönüşümü ise yetenekli moda ve tekstil tasarımcıları sağlayacak. Tekstil ve hazır giyim sektörleri emek yoğun sektörler. Bu sektörlerde hem kas gücüne hem de yeni ürün geliştirecek beyin gücüne ihtiyaç duyuluyor. Kalifiye eleman bulma sorununun tüm sektörlerde yaşandığı Türkiye'de tekstile nitelikli eleman yetiştiren okulları araştırdık. Marmara Üniversitesi, Uludağ Üniversitesi gibi devlet üniversitelerinin yanı sıra son yıllarda Işık Üniversitesi ve İstanbul Ticaret Üniversitesi gibi vakıf üniversiteleri de Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü açarak

Marka oluşturmayı ve markalarla pazar payını büyültmeyi hedefleyen tekstil sektöründe, yaratıcı iş gücüne ihtiyaç giderek artıyor.

tekstil ve hazır giyim sektörlerine yönelik kalifiye işgücü yetiştirme konusunda çalışmalar yapmaya başladı.

İstanbul Ticaret Üniversitesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü, deneyimli öğretim kadrosuyla sektörün ihtiyacı olan yeni yetenekleri yetiştiriyor. Sektöre ara eleman yetiştiren liselerin yanı sıra Vakko Esmod Moda Akademisi ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) gibi kurumlar da uluslararası rekabette öne çıkabilmeyi sağlayan tasarım konusunda Türkiye'ye ciddi katkılar sağlayacak tasarımcı gençler yetiştiriyorlar.

Tasarım öne çıkıyor

Tekstil ve hazır giyim endüstrisi, ülkemizin en güçlü üretim ve ihracat sektörleri arasında yer alıyor. Sektör son 15 yıllık süreçte özellikle Çin,

Hindistan ve Bangladeş gibi ülkelerin ucuz işgücü tehditleri karşısında, özgün tasarımın önemi ile yüz yüze geldi. Marka oluşturmayı ve markalarla pazar payını büyültmeyi hedefleyen sektörde, yaratıcı işgücüne ihtiyaç giderek artıyor. İşletmelerdeki moda ve tekstil tasarımcı sayısı da günden güne çoğalıyor. Bu ihtiyacı gören eğitim kurumları da bu alana yönelik nitelikli elemanlar yetiştirmek üzere bölümler açıyorlar. Bunlardan biri de İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Sektördeki talebi gören İstanbul Ticaret Üniversitesi, Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü ile 2015-2016 öğretim yılından itibaren moda, tasarım, tekstil, deri, ayakkabı, saraciye, tekstil işletmeciliği ve tekstil pazarlama alanlarında eğitim vermeye başladı.

Bu bölümde eğitim gören öğrenciler, ilk

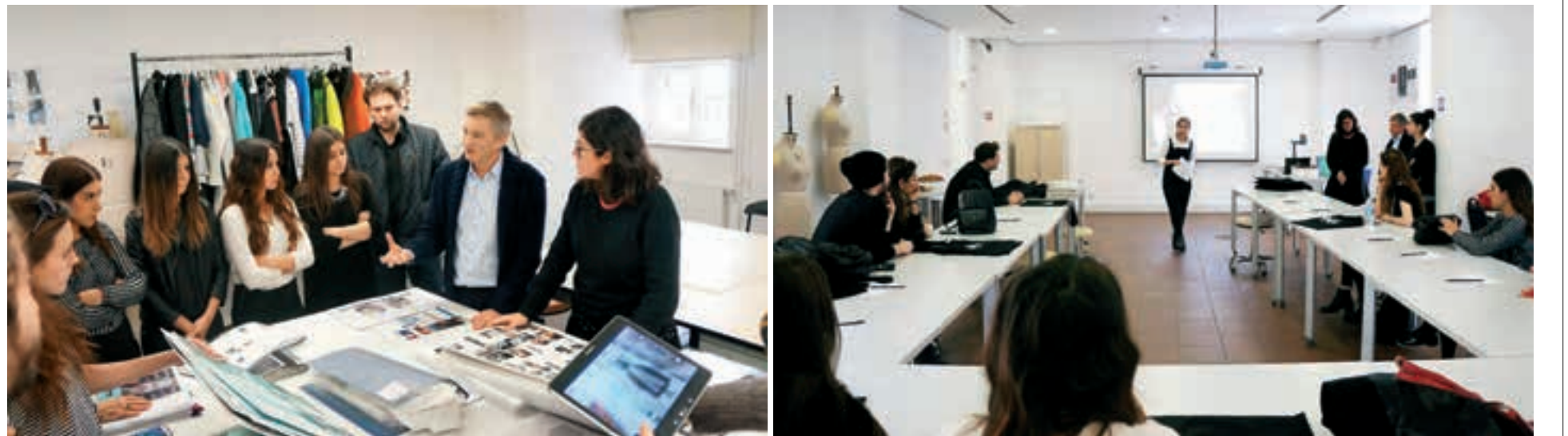
iki yılda ortak eğitim, son iki yılda moda tasarımı, tekstil, deri, ayakkabı ve saraciye ile tekstil işletmeciliği ve pazarlama konularında uzmanlaşacaklar. Uygulanan disiplinler arası eğitim sistemiyle tek düze öğrenci değil, ihtiyaç duyulan tüm konularda deneyimi olan öğrenci modeli oluşturmak hedefleniyor.

En aktif İTKİB ve İHKİB

Sektörün gelişmesini sağlayacak temel gücün eğitilmiş insanlar olduğu gerçeğinden yola çıkan İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) ve İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) uzun yıllardan bu yana açtıkları okullar ve eğitim programları ile sektöre nitelikli işgücü yetiştiriyor. İTKİB, sektöre nitelikli işgücü yaratma konusunda "Üretim için eğitim,



İstanbul Moda Akademisi



Vakko Esmod Moda Akademisi



İstanbul Moda Akademisi, dünyanın önde gelen moda okulları London College of Fashion başta olmak üzere, Domus Academy (İtalya) ve İFM (Fransa) ile işbirliği içinde çalışmalarını yürütüyor.

eğitim içinde üretim' sloganı ile özel sektör-merkezi yönetim-yerel yönetim işbirliğinde okullar açtı ve açmaya devam ediyor.

Son olarak İstanbul Moda Akademisi açılırken bu okulla sektöre nitelikli çalışanlar yetiştirilmesi konusunda ciddi çalışmalar yapılıyor.

İstanbul Moda Akademisi (İMA), Avrupa Birliği, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve İTKİB tarafından yürütülen ve finanse edilen Moda ve Tekstil İş Kümesi'nin bir parçası olarak İHKİB tarafından kuruldu.

Geleceğe yön verme hedefi

İHKİB Destek A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Jale Tuncel, İstanbul Moda Akademisi'nin eğitim programları ile modacılar yetiştirip, ülkeye Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün geleceğine yön verecek yaratıcı, yenilikçi işgücü kazandırıldığını söylüyor. Rekabetin arttığı bir dünyada farklılaşabilmenin ve yenilikçi ürünler sunabilmenin giderek önem kazandığına dikkat çeken Tuncel, "Sektörümüzün daha da rekabetçi olabilmesi için nitelikli işgücüne ihtiyaç duyuyoruz. İMA ile bu talebi karşılamak üzere yola çıktık. 2008 yılından bu yana

sektöre yeni yetenekler kazandırıyoruz. İMA'nın Uluslararası Moda Okulları Birliği (IFF'TI) üyesi, London College of Fashion ile stratejik ortaklığı var" diyor.

Sektör bursları ve devlet bursları ile desteklenmiş olarak harmanlanan İMA'nın çok örneğine rastlanmayan bir yapıya sahip bir eğitim kurumu olduğunu söyleyen Tuncel, sektörün içindeki kurumlarla ve yurtdışındaki okullarla işbirliği ile öğrenci yetiştirdiğine dikkat çekiyor.

İMA'da 374'ün üzerinde firmadan bin 500 civarında kişi ile eğitimler gerçekleştirilmiş. Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapan her firma eğitim desteğinden faydalanabiliyor. Ancak tekstil ve hazır giyim sanayiinde faaliyette olma, limited ve anonim şirketi olma Turquality ve marka desteklerinden faydalanmıyor olmaları şartları bulunuyor. Çünkü Marka ve Turquality desteklerinin içinde zaten eğitim desteği de bulunuyor. Firmalar yüzde 70 oranında destek alıp bu bedeli İMA'ya ödüyorlar ve sonrasında Ekonomi Bakanlığı'na başvurup daha sonra hesaplarına iade alabiliyorlar. Bir firmadan en fazla üç kişi İMA'da eğitime katılabiliyor. Bu kişiler yıl içinde istedikleri kadar

eğitime katılabiliyorlar.

Uluslararası kadro

Türk tekstil ve hazır giyim sektörünü geliştirmek amacını taşıyan İstanbul Moda Akademisi, uluslararası uzman kadrosu ile de dikkat çekiyor.

2008 yılında eğitim vermeye başlayan İMA, dünyanın önde gelen moda okulları London College of Fashion başta olmak üzere, Domus Academy (İtalya) ve İFM (Fransa) ile işbirliği içinde çalışmalarını yürütüyor. Uluslararası ve yerel eğitim kadrosu ile eğitim veren İMA, moda tasarımı, moda ürün geliştirme ve teknolojesi, moda fotoğrafçılığı ve medya, moda yönetimi ve pazarlama alanındaki kısa kursların yanı sıra akademik programları ile geleceğin modacılarını eğitiyor.

Jale Tuncel, İMA'nın Avrupa Birliği ve İTKİB'ten aldığı desteğin yanı sıra Moda ve Tekstil İş Kümesi kuruluşlarıyla sinerjik çalışmalar yürüttüğünü de vurguluyor.

İMA'nın sektöre kurduğu güçlü bağlarla güncel eğitim içeriği, deneyimli eğitim kadrosu ile tekstil sektörüne nitelikli işgücü kazandırdığına işaret eden Jale Tuncel, "İMA, uluslararası arenada başarısını ispatlamış moda okulları ile işbirlikleri yaparak dinamik eğitim ortamı ile sektörümüze nitelikli işgücü yetiştiriyor.

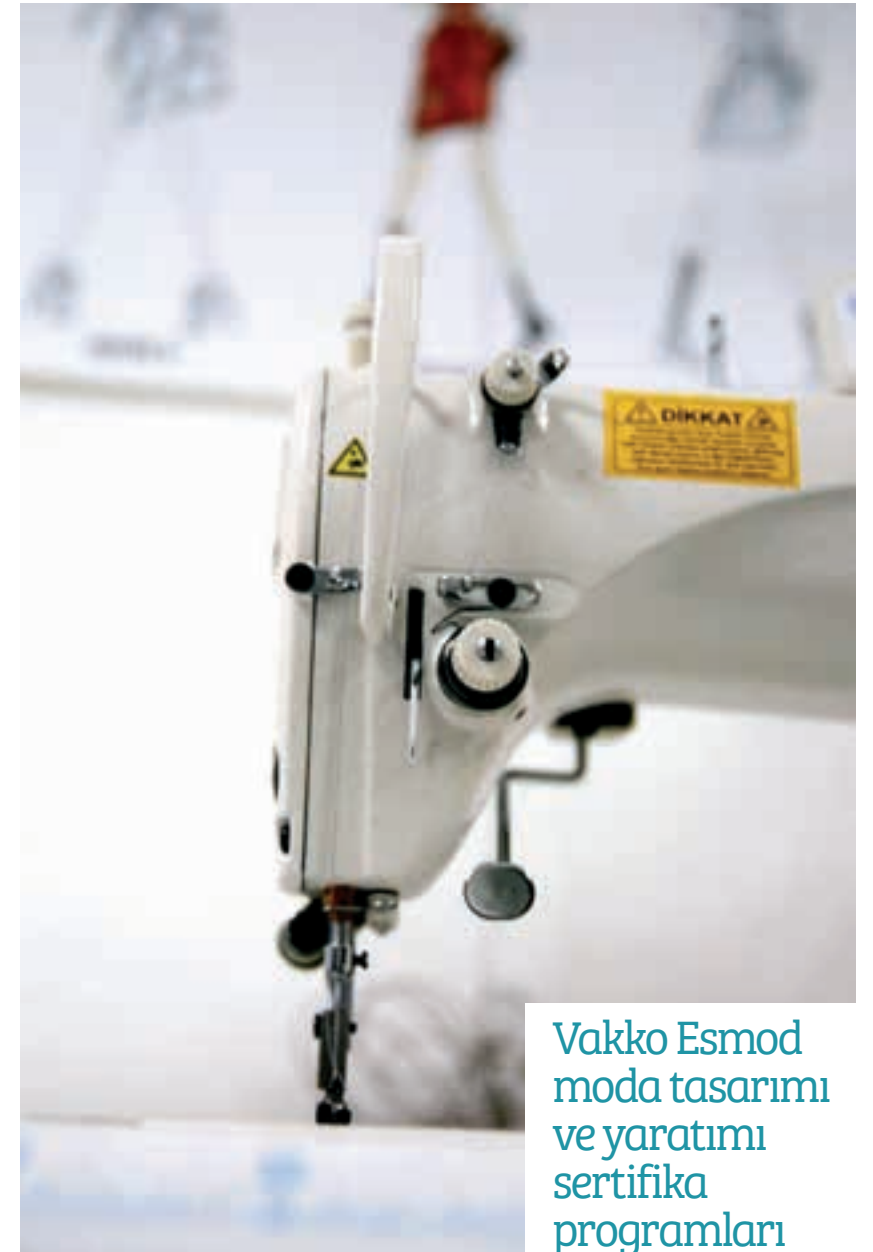
İHKİB, sektörün ara eleman talebini karşılamak üzere çeşitli bölgelerde liseler de açıyor.

Modanın merkezindeki son teknolojiyle donanmış binası ve bünyesindeki Türkiye'nin en geniş moda kütüphanesi ile İMA, bugünün ve geleceğin moda profesyonellerinin heyecanla beklediği moda platformu haline geldi" diyor.

Ara eleman yetiştiriyor

Tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil sektöründe de ara eleman sıkıntısı yaşanıyor. İHKİB, sektörün ara eleman talebini karşılamak üzere çeşitli bölgelerde liseler de açıyor. Bu okullardan biri de İHKİB Avcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi. Lisede farklı bölümlerde verilen eğitimlerle sektörün çalışan talebinin karşılanması hedefleniyor. Bu kapsamda şu bölümlerde eğitimler veriliyor:

KESİM BÖLÜMÜ: Dokuma, örme, triko konfeksiyon yapan işletmelerin



Vakko Esmod moda tasarımı ve yaratımı sertifika programları

kesimhanelerinde, ürün çeşidine göre kumaş kontrolünü, model ve kumaş özelliklerine göre serimini ve kesim işlemlerini, işaretleme, etiketleme, eşleme yapan kesim ustaları yetiştiriliyor.

MODEL BÖLÜMÜ: İşletmelerin modelhanelerinde kadın, erkek, çocuk iç ve dış giysileri için manuel veya bilgisayar yardımı ile kalıp elde etme, model uygulama, şablon hazırlama, serileme, pastal serim planı hazırlama, kesim raporu hazırlama işlemlerini yapan kalıpçılar yetiştiriliyor.

DOKUMA HAZIR GİYİM BÖLÜMÜ: Dokuma konfeksiyon yapan işletmelerin dikimhanelerinde üretim planlamasını, dikimini, ütüsünü, kontrollerini ve ambalaj

- Stil Danışmanlığı-Başlangıç ve ileri seviye - Ekim 2016
- Moda Tasarımı- Başlangıç ve ileri seviye - Ekim 2016
- Modelizm - Başlangıç ve ileri seviye- Ekim 2016
- Ayakkabı Tasarımı - Başlangıç ve ileri seviye - Ekim 2016
- Baskı Desen Tasarımı- Ekim 2016
- Kendi Kıyafetini Hazır Kalıptan Yarat - Kasım 2016
- Seramik Aksesuarları Üretimi - Ekim 2016
- Moda Fotoğrafçılığı - Ekim 2016
- Styling - Ekim 2016

işlemlerini yapan teknik elemanlar yetiştiriliyor.

DÜZ ÖRME (TRİKO) HAZIR GİYİM BÖLÜMÜ:

Triko konfeksiyon yapan işletmelerin dikimhanelerinde üretim planlamasını, dikimini, ütüsünü, kontrollerini ve ambalaj işlemlerini yapan teknik elemanlar yetiştiriliyor.

YUVARLAK ÖRME (PENYE) HAZIR GİYİM BÖLÜMÜ:

Yuvarlak örme konfeksiyon yapan işletmelerin dikimhanelerinde, üretim planlamasını, dikimini, ütüsünü kontrollerini ve ambalaj

eğitime başlanan Deri Hazır Giyim Bölümü 2004-2005 öğretim yılında ilk mezunlarını verdi. İMKB Zeytinburnu Meslek Lisesi İDMİB Deri Hazır Giyim Bölümü'nde, kalıp hazırlama teknikleri, ürün teknik çizimleri, deri kesiciliği, genel dikiş teknikleri, makine bilgileri konularında teorik ve uygulamalı eğitimler veriliyor.

İlk mesleki kompleks

Hazır giyimin tüm disiplinlerini bünyesinde barındıran ilk ve tek mesleki eğitim kompleksi olma özelliğini taşıyan

Mesleki eğitim kompleksinde şu bölümlerde eğitim veriliyor:

HAZIR GİYİM ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ:

Dokuma Yüzey Konfeksiyon Bölümü, Yuvarlak Örme Konfeksiyon Bölümü, İç Giyim Kalıp Bölümü'nü içeriyor. Konfeksiyonda kullanılan düz ve özel makinelerin kullanımı, kesim makinelerinin kullanımı, elde kalıp ve bilgisayarda kalıp sistemleri, model ve koleksiyon hazırlanması konularında teorik ve uygulamalı eğitimi kapsıyor.

makinelerinin mekanik ve elektronik bakım, tamir ve onarımı hakkında tespit yapma, uygulama ve tamir etme ile kullanılacak yedek parça ve el aletleri konularında teorik ve uygulamalı eğitim veriliyor.

MALZEME KALİTE KONTROL LABORANTLIĞI BÖLÜMÜ:

Tekstil ve hazır giyim üretimindeki ana ve yardımcı malzemeler bilgisi ve kullanımı, test teknikleri ve uygulaması, laboratuvar cihazlarını test çeşitlerine göre seçme ve kullanma konularında teorik ve uygulamalı eğitim veriliyor.

Vakko'nun sektöre katkısı

Hazır giyim sektörünün köklü markası Vakko, sektöre tasarım yapacak yeni yetenekler yetiştirmek üzere Fransa merkezli Esmode Moda Akademisi'ni Türkiye'ye taşıdı.

Vakko, yeni yetenekler yetiştirmek üzere Fransa merkezli Esmode Moda Akademisi'ni Türkiye'ye taşıdı.

Tekstil ve Moda Tasarımı, üniversitelerin lisans programlarında yakın bir geçmişte yer almaya başlayan yeni bir bölüm ve bu bölümlere ilgi gösteren, moda alanında profesyonelleşmek isteyen birçok genç var. Vakko Esmode Moda Akademisi Eğitim Direktörü Çiğdem Mete, Vakko Esmode Moda Akademisi ile öğrencilerin kendi seslerini bulmasını, onlara moda sektörünün tasarım, yönetim, iletişim gibi farklı alanlarında etkin bir şekilde çalışmalarını sağlayacak bir altyapı oluşturmayı hedeflediklerini söylüyor.

Akademi ile ayrıca Türk moda dünyasına, alanında eğitimli moda profesyonelleri yetiştirerek Türkiye'nin dünya modasının etkili bir oyuncusu olabilmesine destek olunması da hedefleniyor. Çiğdem Mete, "Vakko Esmode Moda Akademisi olarak üçüncü yılımızın sonunda hem öğrencilerimizden hem de moda dünyasından aldığımız geri bildirimler ve mezun olan öğrencilerimizin tasarımları, doğru yolda olduğumuzun en önemli göstergesi" diyor.

1841'de Fransa'da kuruldu

Esmode'un 1841 yılında Fransa'da kurulmuş, 175 yıllık geçmişe sahip, dünyanın ilk moda okulu olduğuna işaret eden Vakko Esmode Moda Akademisi

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM

ENDÜSTRİSİ NAKIŞI BÖLÜMÜ: Sanayi nakış makineleri kullanımı, sanayi nakış makinesine uygun bilgisayarda desen hazırlanması, sanayi nakışı malzeme çeşitleri ve tekstil bilgisi konularında teorik ve uygulamalı eğitimi kapsıyor.

PARÇA BOYA BÖLÜMÜ: Tekstil bilgisi, boya çeşitleri ve terbiye işlemleri, fiziksel ve kimyasal bitim işlemleri, apre çeşitleri, laboratuvar ortamında boya şartlarının hazırlanması ile parça boya makine ve aletleri konularında teorik ve uygulamalı eğitim veriliyor.

PARÇA BASKI BÖLÜMÜ: Baskı çeşitleri ve işlemleri, laboratuvar ortamında baskı teknikleri kullanılması, numune baskı hazırlayarak üretime dönüştürülmesi ile laboratuvar ortamında parça baskı hazırlanması konularında teorik ve uygulamalı eğitim veriyor.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM MAKİNELERİ MEKATRONİĞİ BÖLÜMÜ: Tekstil ve konfeksiyon

Kağıthane İHKİB Hazır Giyim Meslek Lisesi Eğitim Kompleksi, 2004 yılının Eylül ayından bu yana eğitim veriyor. Eğitim gören öğrencilerin staj yaparak işletmelerde beceri eğitimi almaları ve mezun olduklarında bu işletmelere yerleştirilmeleri de sağlanıyor.

Bununla birlikte, tekstil ve hazır giyim işletmelerinde çalışanların mesleki niteliklerini yükseltmek, bilgi ve beceri düzeylerini yukarı çekmek ve sektöre bilgi desteği sağlamak üzere kurs, seminer, bilgilendirme toplantısı gibi yetişkinlere yönelik etkinlikler de düzenleniyor.

Kağıthane'de toplam 6 bin 600 metrekaare arazi üzerine kurulu 8 bin 100 metrekaarelik kapalı alana sahip bina kompleksinde hayata geçirilen Kağıthane İHKİB Hazır Giyim Meslek Lisesi her yıl bin 500'ü örgün, 500'ü de yaygın eğitim kapsamında toplam iki bin öğrenciye eğitim veriyor.

Tekstil sektörüne ara eleman yetiştiren liselerde eğitim gören öğrenciler, uzun süreli stajlar ile sektörde tecrübe kazanıyorlar.

işlemlerini yapan teknik elemanlar yetiştiriliyor.

Staj yapıyorlar

Tekstil sektörüne ara eleman yetiştiren bu liselerde eğitim gören öğrenciler, uzun süreli stajlar ile sektörde tecrübe kazanıyorlar. İşletmelerde beceri eğitimi ile işletmelerin gelecekte istihdam etmeyi düşündüğü elemanı seçerek alma imkânı da sağlanmış oluyor. Bununla birlikte konfeksiyon işletmelerinde çalışanların mesleki niteliklerini yükseltmek, vasıflı elemanlar yetiştirmek, sektöre bilgi desteği vermek üzere İTKİB tarafından kurs, seminer, bilgilendirme toplantısı gibi yetişkinlere yönelik etkinlikler de yapılıyor. Bu etkinlikler İTKİB tarafından okullar kanalıyla kamuoyuna duyuruluyor.

Milli Eğitim Bakanlığı ile İstanbul Deri ve Deri Mamülleri İhracatçıları Birliği arasında 2002 yılında imzalanan protokolle

Vakko Esmode Moda Akademisi



Eğitim Direktörü Çiğdem Mete, şu bilgileri veriyor: “Esmod prestijli bir okul. Oturmuş bir eğitim programı ve metodu var. Vakko da Türkiye’yi modern ve lüks mağazacılıkla tanıştıran, birçok ilkin öncülüğünü yapan köklü bir marka. Modaya, moda eğitimine bakış açılarının ve vizyonlarının birbirine paralel olması, bu iki köklü kurumu bir araya getirdi. 2010 yılı itibarıyla Esmod İstanbul, 2013 yılından beri de Vakko Esmod Moda Akademisi olarak İstanbul’da faaliyet gösteriyoruz.” Vakko Esmod Moda Akademisi olarak yılda 500’e yakın öğrenciyi hem diploma hem de sertifika programlarından mezun ettiklerini belirten Mete, mevcut programlarının yanı sıra firmaların talepleri doğrultusunda uygun niteliklerde yurt içinden ve yurt dışından eğitmenler tedarik ederek firmaların ihtiyaçları doğrultusunda programları da oluşturabildiklerini söylüyor.

15 ülkede 22 okulu var

Esmod, bugün Paris’ten Tokyo’ya, Sao Paulo’dan İstanbul’a 15 ülkede, 22 okuluyla Esmod adıyla eğitim veriyor.

Esmod’un sadece Türkiye’de Vakko Esmod adını kullandığını belirten Çiğdem Mete, “175 yıllık bir eğitim kurumunun sadece Türkiye’de bir kurumla işbirliği yapması, Vakko’nun bu konuda yaptığı doğru çalışmaların sonucu diye düşünüyorum. Vakko Esmod Moda Akademisi ile Türkiye’de akademisi olan tek moda kuruluşuyuz. Amacımız Türk moda, tekstil ve perakende sektöründe çalışanların niteliklerini artırmak ve bu konuda sektöre hizmet vermek” diyor.

Vakko Esmod Moda Akademisi’nde

|| Esmod, bugün Paris'ten Tokyo'ya, Sao Paulo'dan İstanbul'a 15 ülkede, 22 okuluyla Esmod adıyla eğitim veriyor.

moda sektörüne tasarımcı yetiştirmeyi hedefleyen üç yıllık diploma programı ve kısa dönemli sertifika programları gibi farklı eğitimler mevcut. Moda Tasarımı ve Yaratımı Diploma programının ilk iki yılında öğrenciler konsept yaratmaktan, kalıp ve dikime kadar işin temellerini öğrenip, mezuniyet yıllarında kendi kişisel koleksiyonlarını oluşturuyorlar.

Esmod’un programında ana dersler; moda tasarımı ve modelizm & drapaj teknikleri, ikincil dersler ise moda kültürü ve tarihi, moda yönetimi, tekstil ve kumaş bilgisi, bilgisayarda çizim ve tasarım (Adobe Illustrator ve Photoshop) dersleri



ile pekiştirilmiş bir müfredat içeriyor. Eğitim yılları boyunca öğrencilerin kendi kimliklerini koruyarak, yeni koleksiyonlar geliştirmelerine yardımcı olunuyor.

Eğitmenler Paris’ten

Endüstrinin önde gelen markalarıyla işbirlikleri yaptıklarını belirten Çiğdem Mete, öğrencilerinin bu markalar için

koleksiyonlar hazırladıklarını da vurguluyor.

Vakko Esmod Moda Akademisi’nin eğitmenleri Esmod Paris’ten gelen yabancı eğitmenler. Her birinin hem güçlü bir eğitim hem de kariyer geçmişleri var. Diploma programlarındaki asıl eğitmenleri sektörde de tecrübe kazanmış ve alanlarında uzman kişiler. Yabancı eğitmenleri dışında sektörün lokal profesyonellerinden de destek alınıyor. Vakko’da yöneticilik yapan isimler de dahil olmak üzere birçok profesyonel, moda tasarımından yönetimine, iletişimden kurumsal eğitimlere çeşitli alanlarda eğitim veriyor.

Diploma Programı kapsamında her eğitim yılı sonunda Fransa’daki okuldan gelen bir jüri, öğrencilerin seviyesini değerlendiriyor.

Rekabetin giderek arttığı günümüzde global düşünmenin önemine işaret eden Çiğdem Mete, “Günün sektör koşullarında var olabilmek için hem markalar hem de tasarımcılar global düşünmeliler, biz de her bir öğrencimizi uluslararası arenada çalışacakmış gibi yetiştirmeyi hedefliyoruz. Dünyada 22 Esmod okulu var, öğrencilerimiz ikinci yıllarından itibaren diledikleri ülkedeki Esmod’da eğitimlerini sürdürebiliyor, değişim programına katılabiliyor” diyor.

Sertifika programları

Vakko Esmod Moda Akademisi’nin sertifika programları ise modanın birçok farklı alanını kapsıyor. Programlar arasında Moda Tasarımı, Yaratıcı Drapaj Teknikleri, Moda Perakendesi ve Yönetimi, Desen Tasarımı, Mağaza Yönetimi, Görsel Düzenleme, Stil Danışmanlığı, Moda Dünyasında Her Yönüyle Lüks, Moda Kültürü, Moda İş Dünyasına Giriş ve bunun



yanında kurumsal eğitimler de mevcut. Bu kurumsal eğitimler içinde, Eğitimcinin Eğitimi ve şu anda çok popüler olan Ekte Jenerasyon Farklılıkları Uyumu ve Yönetimi gibi konular bulunuyor.

Kolay iş buluyorlar

Vakko Esmod Moda Akademisi’ni diğerlerinden ayıran en önemli unsurlardan birinin de Vakko ve Esmod markalarından gelen kültür ve deneyim olduğuna işaret eden Çiğdem Mete, şunları söylüyor:

“Bunun dışında, pratik eğitimlerimizin yoğunluğu ve mezun öğrencilerimizin iş bulma oranları. Esmod mezunu öğrencilerin istedikleri işe girebilme oranları dünyada yüzde 90’ın üzerinde. Mezunlarımıza Vakko İnsan Kaynakları ile mülakat, bu mülakat sonucunda diğer moda markaları ile görüşmeler organize edilmesi ve Vakko çatısı altındaki markalarda staj imkânı sağlıyoruz. Bu yıl mezun olan öğrencilerimizin, mezuniyet koleksiyonlarından bazıları yakında Vakko çatısı altında da satışa sunulacak. Bu, hem öğrencilerimiz hem de bizler adına çok mutluluk verici.”

Esmod moda iletişimi sertifika programları

- Dijital Pazarlama ve E-Ticaret -Kasım 2016
- Sosyal Medya- Kasım 2016
- Moda Kariyeri- Şubat 2017
- Moda İletişimi & PR- Şubat 2017
- Moda Yazarlığı- Şubat 2017
- Sanat Tarihine Giriş- Şubat 2017
- Perakende Sektöründe Marka Yönetimi- Kasım 2016

Geleceğin tasarımcılarından çizimler

İPEK TOHUMCU: TASARIM OLMADAN YURTDIŞI OLMAZ

Tekstilde kilo başı fiyat, ihracat miktarı gibi unsurlara odaklanılmasını hatalı bulan moda tasarımcısı İpek Tohumcu, dünya pazarlarında yer bulabilmek için Türk tekstilcilerinin yapması gerekenleri üç kelimeyle özetliyor: Üretim, tasarım ve pazarlama...

İpek Tohumcu, Türkiye'nin çıkardığı en önemli moda tasarımcılarından. İTÜ'de ve İstanbul Moda Akademisi'nde verdiği derslerle onlarca genç tasarımcıyı sektöre kazandırdı. Kendisini hem sanatçı hem eğitimci olarak tanımlayan Tohumcu, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyimde özellikle üretici olarak çok önemli bir güç olduğunu söylüyor. Ama özellikle sektör oyuncularına dönük keskin eleştiriler de getiriyor. Ona göre Türkiye'nin en büyük eksikliği eğitim. Tasarım konusunda ise çarpık bir anlayış yerleştiğini ve bu durumun sektörün tümüne zarar verdiğini vurguluyor. Bu sohbaharda kendi tasarımlarıyla New York Moda Haftası'nda Cat Walk'ta göreceğimiz İpek Tohumcu ile Amerika'ya dönüş yapmadan kısa bir süre önce konuştuk.

Türk markaların yapması ve yapmaması gerekenleri anlattı.

Türk markaların global pazarda başarılı olabilmesi için kısaca ne gerekli?

Bunun aslında çok net bir formülü var. Türk tekstilinin ve Türk markalarının global arenada, dünya pazarlarında bir marka olabilmesi için üç kritik nokta var. Üretim, tasarım ve pazarlama. Bu üç ayak olmadan başarı mümkün değil. Bunu her yerde bıkmadan dile



İpek Tohumcu

getiriyorum. Söylemeye de devam edeceğim. Bu üçü olmadan olmaz.

Peki bu üç noktayı biraz açar mısınız? Neden ihracat miktarı değil de bu üç unsur daha önemli?

Ben öncelikle tasarımdan başlamak istiyorum. En kritik olanı tasarımdır. Çünkü tasarım eğitiminin içinde bu üçünü de verirler. Yani hem tasarımı bileceksiniz hem pazar odaklı çalışacaksınız hem de üretimi çok iyi bileceksiniz.

Tasarım bir markanın kişiliğini, imajını, pazar konumunu belirler. Üretim ve satış, tasarımı takip eder, tasarımı taçlandırır. Materyal tekstil tasarımı ve giysi tasarımı olmak üzere iki önemli dalı vardır. Tekstil tasarımı, kumaş tasarımının kanımca Türkiye'de iyi bir aşamada olduğunu düşünüyorum. Hatta Amerika'da çalıştığım dönemde

İpek Tohumcu, İTÜ ve İstanbul Moda Akademisi'nde verdiği derslerle onlarca genç tasarımcıyı sektöre kazandırdı.

New York kumaşçılarından Türk kumaşıyla, özellikle yünlü kumaşlarla ilgili çok olumlu sözler işitmişim. Tabii burada Ar-Ge çok önemli. Türkiye’de yabancı markaların fason üretiminde yıllar içinde buna olumlu katkı sağladığını düşünüyorum.

Türkiye hangisinde zayıf, hangisinde güçlü?

Türkiye’nin en büyük eksiği tasarım ve eğitim. Oysa üretim anlamında bir cennetiz. Çok iyi ve kaliteli bir üretim gücümüz var. Ama tasarım ve pazarlama ile birleştirilemediği için fasoncu mantığından çıkılamıyor.

Yurtdışında, örneğin ABD’de tasarımcı denince ne anlama geliyor?

“Nasıl yapacaksın” diyor. Yani üretim. Diyor ki nasıl üreteceksin? “Kim giyecek ve nerede giyecek” ise işin pazarlama odaklı tarafı. Özetle bir tasarımcı, çizimin dışında asıl bunlara yanıt verince tasarımcı olur. **Dolayısıyla başarının önündeki en büyük engel tasarım eğitimi olmaması mı?**

Evet. Maalesef Türkiye hep işin vitrinini gördü. Yurtdışına gittiler, fuarlara gittiler, moda haftalarına gittiler. Ama sadece vitrine baktılar. Gördüklerini aldılar. Görünen kadar sandılar. Ama onun arkasında ciddi bir emek var. Üç boyutlu kalıp tekniği var. Örneğin Türkiye’de üç boyutlu kalıp tekniği yok. Sadece iki okulda veriliyor.



Bizim Amerika’da hocalarımızın söylediği çok önemli bir şey vardı. Bir tasarım yaptığımızda ellerine alırlar ve bize hep aynı soruyu sorarlardı. Bunu nasıl yapacaksın? Bunu kim giyecek? Bunu nerede giyecek? Bu üç sorunun cevabını vermek zorundaydın. Bu üç cevabı vermediğin zaman çizimini, tasarımını alıp şöylece fırlatırlardı... Bakın bu üç soru çok önemlidir. En başta bahsettiğim başarı için üç kritik ayak, bu üç cevaptadır aslında.

Üretim anlamında bir cennetiz. Ama tasarım ve pazarlama ile birleştirilemediği için fasoncu mantığından çıkılamıyor.

Özetle Türk tekstilinin, hazır giyim sektörümüzün yurtdışında marka olabilmesi, başarılı olabilmesi için en önemli konu eğitim, eğitim, eğitim... **Türkiye üretim ayağında nasıl?** Üretim Türkiye’nin en kuvvetli olduğu alan. Senelerce fasona çalışmanın neticesinde iyi bir işçilik kalitesi ve üretim merkezleri oluştu. Türkiye’nin kendini, kaliteli

işçilik ve zamanında doğru üretim yapabilen üretim merkezi olarak konumlandırması bence doğru bir yol. Öte yandan maalesef en fazla da kan kaybettiği nokta burası. Çünkü bilinçli bir tasarımcılık yok. Yani yine işin ucu dönüp dolaşıp tasarıma geliyor. Yurtdışında nasıl diye konuşuyoruz ya... Yurtdışında, ürünün her şeyinden A’dan Z’ye tasarımcı sorumludur. Üretimi de pazarlamayı da bilinçli biçimde yönlendiren tasarımcıdır. Yurtdışında tasarımcı üretimin başıdır. Her şey onlara sorulur. Bizde ise tam aksi... Üretimde çok avantajlıyız. Ama dediğim gibi yazık ediyoruz. İki şeye çok üzülüyorum. Biri, materyalimizin boşa gitmesine çok üzülüyorum. İkincisi bu kadar üretime, bu kadar iyi işçiliğin boşa gitmesine, bu kadar emeğin boşa gitmesine çok üzülüyorum. **Üçüncü nokta olarak da pazarlamanın altını çiziyorsunuz. Bundan bahsedermisiniz?** Yurtdışında çok doğru bulduğum bir söz vardır: “Abartıyı hazırlamak çok kolaydır, ‘satılabilinir’in enteresanını hazırlamak çok zordur”. Asıl mesele tam da bu. Bu hakikaten çok doğru bir söz. Çünkü sonuçta amaç satmak. Eskiden Türkiye’nin lokasyonu bir avantajdı. Çünkü materyal neredeyse üretici de oraya gidiyordu. Ama artık materyaller de dünyanın her yerinde dolaşım yapıyor. Artık tedarikçiler hem üretim hem tasarım yapan ülkelerden almak istiyor. Türkiye’nin bu gerçeği görmesi gerekiyor.

Peki sektördeki yetişmiş insan gücü konusunda Türkiye ne durumda?

Türkiye’nin çok iyi ve nitelikli bir işgücü piyasası var. El emeği, işçilik, ara eleman... Onlara hiçbir sözüm yok. Müthiş bir insan gücü var ama bu avantajımız tasarımla desteklenmediği için ziyan ediliyor.



İyi pamuk, insana yakışır iş koşulları istiyor

Türkiye'de 'Better Cotton' üretilen arazilerde, sadece 'sürdürülebilir pamuk' değil, insana yakışır iş koşulları da önemseniyor. Konuyu öncelikleri arasına alan İyi Pamuk Uygulamaları Derneği, yüzlerce çiftçi ve işçiyi eğitime aldı.

Dünyada iyi pamuk üretimi giderek daha çok önem kazanıyor.



‘Better Cotton’ (İyi Pamuk) nedir?

‘Better Cotton’, çevre üzerindeki baskının azaltılması ve çiftçilerin geçim ve refah seviyelerinin iyileştirilmesini hedefleyerek yetiştirilen bir pamuk. Aynı zamanda, sürdürülebilir pamuk üretimi için dünyaca tanınan bir standart. Bu standart, zirai ilaç kullanımı, su kaynaklarının etkin kullanımı, toprak sağlığının iyileştirilmesi ve tarım çalışanlarının refahının artırılması gibi konularda çiftçinin uluslararası standartlara uygun üretime ulaşmasını hedefliyor. Detaylı bilgi için: www.iyipamuk.org.tr

Üretim ne durumda?

2013 sezonunda ilk Türk ‘Better Cotton’ hasadını sağlayan İPUD, ilk sezonda 7 bin 237 hektarda 14 bin 443 ton lif pamuğa karşılık gelen 34 bin 517 ton kütlü pamuk üretiminin gerçekleşmesini sağladı. Bu rakam 2014 yılında, 12 bin 712 hektarda 22 bin 969 ton lif pamuğa karşılık gelen 60 bin 445 tona çıktı.

- İPUD, ilk sezon 7 üretici birim altında 278 çiftçiyle, ikinci sezonda ise 15 üretici birim altında çalışan 534 çiftçi ile bu faaliyetleri yürüttü.
- 2015 sezonunda ise 21 üretici birim altında çalışan 441 çiftçi ile 13 bin 41 hektar alanda gerçekleşen faaliyetler sonucu 23 bin 58 ton lif pamuğa karşılık gelen 60 bin 680 ton kütlü pamuk üretimi gerçekleşti.



30 üretici birimden 60 kişi, ‘İnsana Yakısr İş’ konusunda eğitim aldı.

Türkiye’de ‘Better Cotton’ (iyi pamuk) standardında pamuk üretilmesini sağlamak üzere üç yıldır faaliyetlerini aktif olarak sürdüren İyi Pamuk Uygulamaları Derneği (İPUD), çiftçileri eğitiyor ve denetliyor.

Pamuk Konseyi’nden çiftçi birliklerine, tekstil ihracatçı birliklerinden sanayiciye kadar pamuk ve tekstilde birçok ulusal lider kurumun ve derneğin yönetim kurulunda bulunan İPUD Yönetim Kurulu Başkanı Leon Piçon, “Better Cotton Standardı dünyada yaygınlaşmaya devam ediyor ve gün geçtikçe talep artıyor. Nike’tan IKEA’ya

Adidas’tan H&M’e kadar birçok marka bu standarda uygun üretilmiş pamuğu talep ediyor” diyor.

İyi pamuk uygulamalarının Türkiye’de genişlemesi ve derinleşerek yerleşmesini hedefleyen dernek, eğitimlerini, Better Cotton Standardı’nın altı ana prensibi üzerine veriyor. Bu prensipler; toprak sağlığından zirai ilaç uygulamalarına, su kullanımından tarım işçilerinin çalışma koşullarına kadar pek çok çevresel, sosyal ve ekonomik konu gözetilerek üretim yapılmasını öngörüyor.

İPUD, bu yıl özellikle ‘İnsana Yakısr İş’



İş’ konusuna odaklandı ve ortaklarının, çiftçilerin ve işçilerin bu konuda eğitilmesini sağladı.

‘İnsana Yakısr İş’ ile neler mi kastediliyor? Çocuk işçiliği, iş sağlığı ve güvenliği, istihdam koşulları, ayrımcılık, zorla çalıştırma, temel muamele ve disiplin kuralları, örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkını ana başlıklar altında sayabiliriz.

Dernek, bu yıl başında Adil Çalışma Örgütü (Fair Labour Association) ile ortaklaşa oluşturduğu eğitim materyalleri ile yöresel olarak bu standardın çiftçiler

tarafından uygulanmasından sorumlu yerel ortaklarına (üretici birimlere) eğitici eğitimleri verdi. 30 üretici birimden 60 kişi, ‘İnsana Yakısr İş’ prensibinin hukuksal altyapısından karşılaşılan sorunlara ve çözüm önerilerine kadar birçok konuda bilgiyle donatıldı.

Bunu takiben, arazideki çiftçiler ile sürekli, geçici ve yevmiyeli işçilere bu konuda eğitim verilmesi konusunda, yerel ortaklarına destek olarak toplam 455 kişinin eğitilmesini sağladı. Eğitimler Adana, Aydın, Diyarbakır, Hatay, İzmir, Kahramanmaraş, Şanlıurfa illerinde verildi.

Eğitimler, Adana, Aydın, Diyarbakır, Hatay, İzmir, Kahramanmaraş, Şanlıurfa’da verildi.



‘Better Cotton Initiative’ nedir?

Better Cotton Initiative (BCI), üreticiden perakendeye farklı paydaşların bir araya gelip, pamuk üretiminin negatif çevresel ve sosyal etkilerini azaltmayı ve sektörün geleceğini daha güvenli hale getirmeyi hedefleyen uluslararası bir inisiyatif. 2009 yılında Cenevre’de kurulan BCI, H&M, IKEA, Marks&Spencer, Levi’s, Adidas, Nike gibi tekstil sektörünün önde gelen markalarınınca destekleniyor. Yaklaşık 50 uluslararası marka, Türk üreticilerle çalışma hacmini artırıyor. Şu an Türkiye’de BCI üyesi 70 üye ve 20 sistem kullanıcısı bulunuyor. Tüm üye markaları görmek için: www.bettercotton.org

İPUD hakkında

İyi Pamuk Uygulamaları Derneği, sürdürülebilir pamuk konusunda 5 kıtada, 20 ülkede, 1.22 milyon çiftçi ile faaliyet gösteren BCI (Better Cotton Initiative) ile Türkiye pamuk ve tekstil sektörünün önde gelen kurumlarının liderliğinde 2013 yılında kuruldu. 2014 yılında BCI ile Stratejik Ortaklık anlaşması imzalayan dernek, Türkiye’deki pamuk üretimini sürdürülebilirlik konusunda yukarıya taşımayı hedefliyor. İyi pamuğun Türkiye’de üretimini yaygınlaştıran dernek, Türk sanayicisinin sürdürülebilir pamukta dışa bağımlılığını azaltma konusunda önemli role sahip. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası da, İPUD’un kurucu üyesi ve halen Yönetim Kurulu’nda bulunuyor.

Afrika, pamuklu tekstil ve hazır giyimde büyüyor

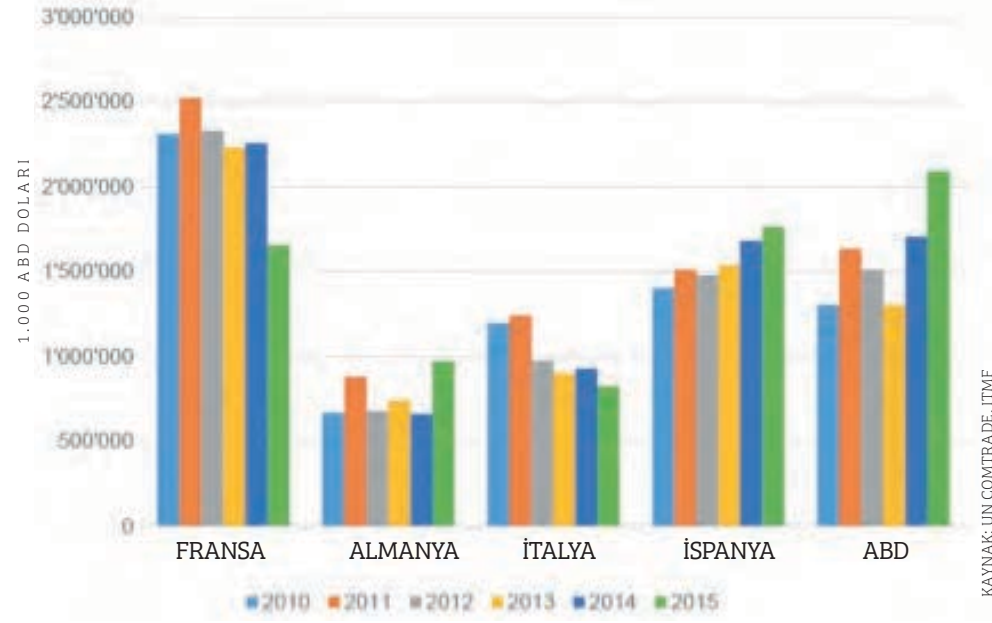
Dünya hazır giyim ihracatı geçen sene yüzde 3 civarında düşerken, Afrika son derece iyi bir performans sergiledi.

Uluslararası Tekstil Sanayicileri Federasyonu (ITMF) tarafından yayımlanan raporda belirtildiği üzere, Afrika hazır giyim sanayii 2015 yılında olumlu bir performans sergiledi. Hazır giyim ihracat değeri, yıllık olarak yüzde 9.5'in üzerinde bir artışla 11.1 milyar dolara ulaştı. Dolayısıyla, geçen sene yıllık olarak yüzde 3 oranında düşüş kaydeden dünya hazır giyim ihracatına göre çok iyi bir gelişme gösterdi.

Ya 10 yıl öncesi?

Afrika hazır giyim sanayiinin en büyük beş ihracat pazarı Fransa, Almanya, İtalya, İspanya ve ABD. Ancak, 10 yıl önce söz konusu ülkelerin Afrika hazır giyim ihracatında payı yüzde 75'ten daha fazla iken, bugün yüzde 66'ya geriledi. Ayrıca, bu ülkeler grubu içinde ilginç değişimler oldu. ABD ve İspanya, son birkaç yıl içerisinde, Afrika hazır giyim sanayii için en önemli ihracat pazarları haline geldi. Diğer taraftan, geçmişte Afrika hazır giyim ürünlerinin en önemli ithalatçısı olan Fransa'ya ve ayrıca İtalya'ya yapılan ihracat ise azaldı.

AFRİKA'NIN HAZIR GİYİM İHRACATINDA İLK 5 BÜYÜK PAZAR



KAYNAK: UN COMTRADE, ITMF

Sahra altı Afrika'daki birçok ülkede siyasi istikrarın sağlanması, ekonomiye olumlu etki ediyor.

Bu değişimlerin sebebi olarak, Fransa ve İtalya'da ekonomik gelişmenin oldukça zayıf olması ve bu durumun yabancı mamullere talebi azalttığı şeklinde yorumlanabilir. Diğer taraftan İspanya ekonomisi resesyondan çıkmayı başardı ve Euro Bölgesi'nde en hızlı büyüyen ekonomilerden biri oldu. Ayrıca, İspanya'nın Kuzey Afrika ülkelerine olan coğrafi yakınlığı, bu ekonomilerle tekstil ve hazır giyim ticaretini destekliyor. Inditex, Mango veya Desigual gibi uluslararası alanda önde gelen birçok İspanyol markası ya Kuzey Afrika ülkelerinde yatırım yapıyor ya da bu ülkelerden ürün tedarik ediyor.

En büyük artış Mısır'da

Euro Bölgesi bir bütün olarak orta derecede bir iyileşme kaydederken, ABD ekonomisi sağlam bir toparlanma sürecinde. İlaveten, güçlü ABD Doları da ABD'de yabancı mamullere olan talebi destekliyor. Bu durum, bilhassa Afrika Büyüme ve Fırsatlar Anlaşması'nın (AGOA) süresinin

Afrika'nın, global tekstil ve hazır giyim sanayiinde önemli bir oyuncu olabilmesi için uzun bir yol alması gerekiyor. ITMF raporuna göre, Afrika bu potansiyele sahip.

2025 yılına kadar uzatılmış olması sebebiyle, Afrika tekstil ve hazır giyim ihracatçıları için olumlu bir beklenti oluşturuyor. AGOA anlaşması, tekstil mamullerinin ve özellikle hazır giyim



Burkina Faso'da pamuklar fabrikaya gönderilmek üzere toplanıyor.

eşyalarının kotasız ve vergisiz olarak ABD'ye girişi için tercihli ticaret imkânı sağlıyor.

Afrika'nın en büyük beş ihracatçı ülkesi Mısır, Mauritius, Fas, Güney Afrika ve Tunus. Bu beş ülke, 2015 yılında Afrika'nın toplam ihracatının

göstermesine karşın, Fas, Mısır ve Tunus'un ihracatı yıllık olarak sırasıyla yüzde 16, yüzde 35 ve yüzde 4 oranlarında artış gösterdi.

Önemli bir gelişme olarak, 2015 yılında Afrika'nın dünya hazır giyim ihracatı içindeki payı yüzde 2.4'e

yükseldi. Dünyadaki diğer bölgelerle kıyaslanacak olursa, Afrika'nın global tekstil ve hazır giyim sanayiinde önemli bir oyuncu olabilmesi için uzun bir yol alması gerekiyor. ITMF raporuna göre, Afrika tekstil ve hazır giyim sanayii bu potansiyele sahip. Ancak, bilhassa Kuzey Afrika'da olmak üzere, jeopolitik belirsizlikler önemli bir engel teşkil ediyor. Tekstil ve hazır giyim sanayiinin bir kısmı Kuzey Afrika'da yerleşik bulunuyor. Gerginlikler özel tüketim harcamalarını ve yatırımları olumsuz yönde etkiliyor. Diğer taraftan, Sahra altı Afrika'daki birçok ülkede siyasi istikrar sağlanmış durumda, bunun da ülke ekonomilerine olumlu etkileri var.

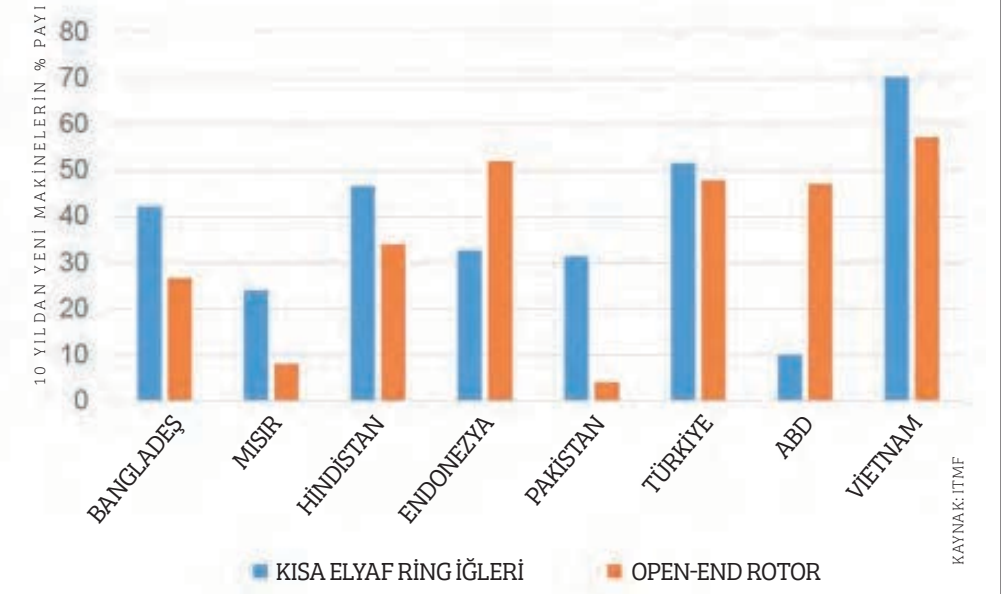
Altyapıya ilişkin sorunlar sadece tekstil ve hazır giyim sanayiine değil, diğer sanayilere ve hane halkına da sıkıntı yaratıyor. Bu sorunların çözülmesi gerekiyor. Sahra altı Afrika'da bilhassa enerji sektörü gelişmemiş durumda. Elektrik enerjisi

açısından, Sahra altı Afrika bölgesi dünyada en kötü durumdaki bölge.

ITMF raporuna göre, Afrika tekstil ve hazır giyim sanayiinin uluslararası rekabet gücünün iyileştirilmesine ihtiyaç var. ITMF'in tekstil makineleri sevkiyat istatistikleri, modernizasyon oranı hakkında önemli bir gösterge sunuyor. Son 10 yıldaki yatırım toplamının kurulu kapasiteye oranı, söz konusu tekstil makinelerinin ne kadar modern olduğunu derecelendirmek için iyi bir standart oluşturuyor. Örneğin, Mısır'da ring ve rotor iplik makinelerinin modernizasyon oranları sırasıyla 24 ve 8 seviyelerinde. Uluslararası mukayesede bu oranlar düşük gözüküyor. Birçok Asya ülkesinde modernizasyon oranları daha yüksek seviyelerde. Örneğin, Vietnam ve Hindistan'da 70 ve 47.

Afrika tekstil ve hazır giyim sanayiinin tekstil makinelerini yenilediğine dair olumlu işaretler mevcut. ITMF'in en son yayınlanan Uluslararası Tekstil Makineleri Sevkiyat İstatistikleri raporuna göre örneğin, 2015 yılında Mısır ve Güney Afrika'nın yaptığı yuvarlak örme makineleri yatırımları yıllık yüzde 71 ve yüzde 267 oranlarında büyük bir artış kaydetti. Afrika'daki diğer ülkeler tekstil sanayiinde yatırımlarını artırıyor. Örneğin, Etiyopya'ya sevk

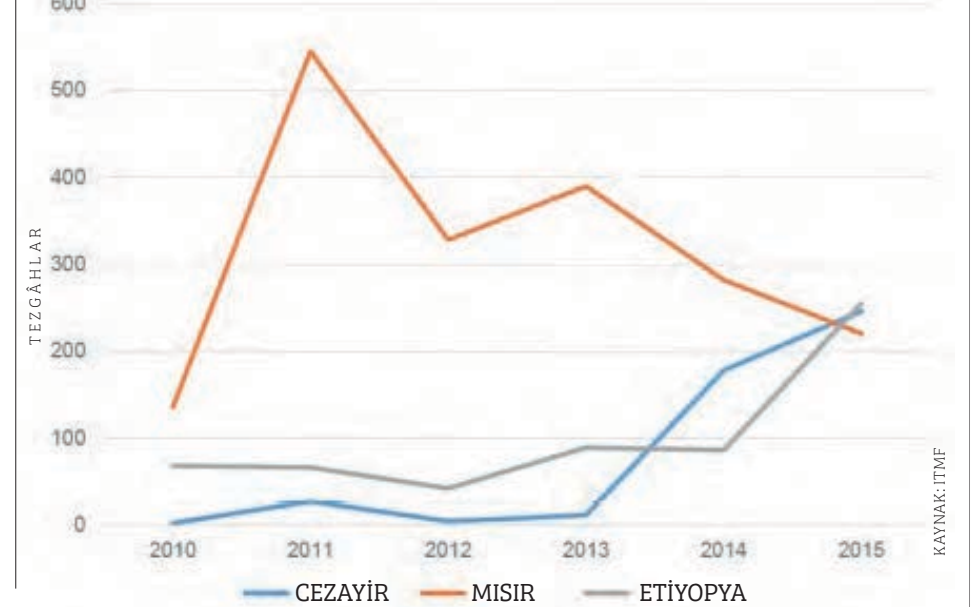
İPLİK MAKİNELERİNDE MODERNİZASYON ORANI



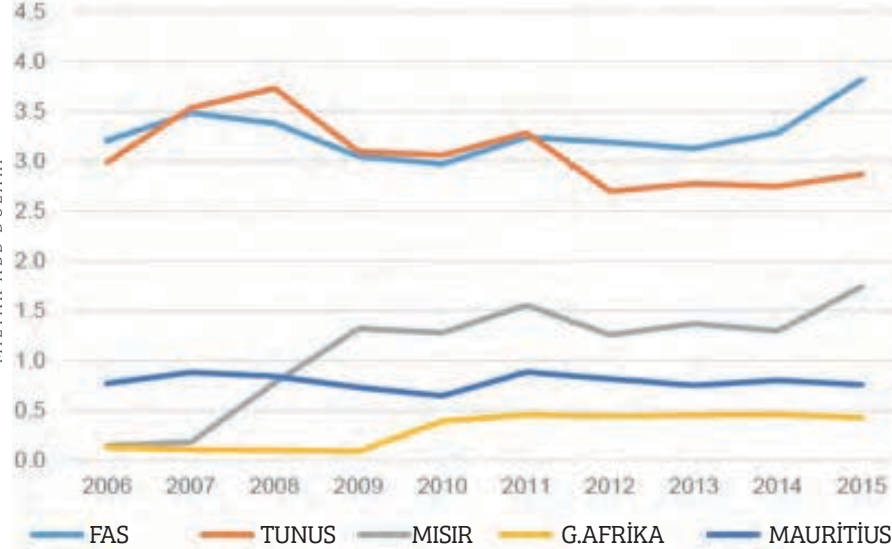
edilen mekiksiz dokuma tezgâhı sayısı son birkaç yıldır artış gösteriyor. 2015 yılında, Etiyopya 255 dokuma tezgâhı yatırımı ile Cezayir ve Mısır'ı geçti. Mısır'ın yapmış olduğu dokuma tezgâhı yatırımları 2011 yılından beri düşüş eğiliminde. 2011 yılında Mısır'a 545 mekiksiz dokuma tezgâhı ihraç edilmişken, 2015 yılında bu rakam 220'ye düştü. Ayrıca, Kenya ve Madagaskar da son iki yıl içerisinde düz örme makinelerine yatırım yaptı. Bununla birlikte, Afrika kıtasına ihraç edilen tüm tekstil makineleri global olarak küçük bir paya sahip.

Diğer bir konu ise Afrika pamuğunun çoğunun ihraç edilmesi ve yerel tekstil ve hazır giyim sanayiinde kullanılmaması. Afrika'da üretilen pamuğun üçte ikiden fazlası ihraç ediliyor. Uluslararası Pamuk İstisare Komitesi'nin (ICAC) istatistiklerine göre 2014/2015 sezonunda Afrika 1.680.000 ton pamuk üretti ve bunun 1.200.000 tonunu ihraç etti. Daha fazla pamuğun iplik ve kumaşa dönüştürülmesi için potansiyel mevcut. Afrika tekstil ve hazır giyim sanayiinin hedefi Afrika kıtasında katma değer yaratmak olarak özetlenebilir.

MEKİKSİZ DOKUMA TEZGÂHI YATIRIMLARI



AFRİKA'NIN HAZIR GİYİM İHRACATI



'Bavul'da Rus yarasına Afrika merhemi

Bavul ticaretinin merkez üssü kabul edilen sıcak piyasalar, Rusya'dan 3 yılda yediği darbelerin yaralarını Orta Afrika ülkeleriyle sarıyor. Özellikle Laleli ve Osmanbey'de Afrika'ya yüzünü dönen işletmeler, petrol ve jet krizinden daha sağlam çıktı.



Bavul ticaretinin kalbinin attığı Laleli'de işletmeler rotayı güneye kırdı.

Laleli, Merter, Osmanbey... Tekstil sektörünün nabzının attığı bu üç sıcak piyasa, son 3 yıldır daralıyor. Tüm işlerini Rusya odaklı planlayan işletmelere ilk darbe, petrol krizi nedeniyle Rusya'nın kendi içinde yaşadığı krizden dolayı inerken, ikinci darbeyi Moskova-Ankara arasında ipleri kopma noktasına getiren jet krizi ve beraberinde uygulanan yaptırımlar indirdi. Tek pazar odaklı çalışmanın risklerini öngören ve ürün-ülke yelpazesini genişleterek riski bölen firmalar ise söz konusu bu krizleri daha az zararla atlattı. Sıcak piyasalarda hâlâ Ruslar ağırlıkta. Rusya'nın yanında yükselen diğer iki pazar ise İran ve Afrika. Nükleer anlaşma ile yaptırımların kaldırıldığı İran pazarı, hem fiziksel hem de kültürel yakınlık nedeniyle daha cazip bir pazar olurken, Orta Afrika'daki potansiyeli fark eden tekstilciler için Gana, Nijerya, Kamerun gibi ülkeler

100'ü Gana, Kamerun, Nijerya, Tunus ve Cezayir'den. Afrika'da partner arayışını bizzat yerinde yapan LASİAD üyeleri, Avrupalıların aksine Afrikalı alıcıların Türkiye'ye gelme noktasında daha sorunsuz olduğunu belirtiyorlar. 'Ürkek' Avrupalı müşteri yerine Afrikalı müşterilerle daha uzun soluklu anlaşmalar yapılabileceğini düşünen işadamları, Afrika'da ise görece daha güvenli ülkeleri kendileri için hedef pazar olarak belirlemişler. LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, fizibilite çalışmaları yaparken, güvenlik konusunun en hassas oldukları konuların başında geldiğini belirterek, festival öncesi ekibiyle bizzat belirledikleri ülkeleri ziyaret ettiklerini ve ikili görüşmeler yaparak firmaları Türkiye'ye davet ettiklerini dile getirdi. Eyyüpkoca, "Ülkeleri belirlerken dünyaya entegre olan Afrika ülkelerini seçtik. Güvenlik konusunu ön planda tuttuk. Afrika pazarı bizim

Şu an Afrikalıların payı yüzde 5'i biraz geçiyor olsa da bu oranın daha da artması öngörülüyor. Osmanbeyli işadamı İlker Karataş, piyasa için Afrika'nın önemli bir pazar olduğunu hatırlatırken, son 10 yıldır Osmanbey piyasasının Afrika'daki pazar araştırmalarına yönelik ciddi yatırımlar yaptığını söyledi. Bu yatırımların neticelerini de almaya başladıklarını kaydeden Karataş, Osmanbey'in Afrikalı alıcıların portföyünde ciddi anlamda yer edindiği kaydetti. Osmanbey piyasasında pazarın ivmelenmesi için birtakım etkenlerin söz konusu olduğunu kaydeden Karataş, Orta Afrika ülkelerinde pazarı Çin'in domine ettiğini anlatıyor. Çin ile Orta Afrika ülkelerinin tedarikçi ilişkilerini 'sıkı fıkı' şeklinde yorumlayan Karataş, "Buna rağmen Türkiye orada Çin ile rekabet edebilecek bir pazar konumu elde etti. Önümüzdeki süreçte tüm dünyada taşlar

Tunus, Cezayir ve Fas'taki moda algısının Türkiye'nin 20-30 sene öncesindeki gibi olduğunu, bu yüzden Laleli, Osmanbey ve Merter piyasasında Kuzey Afrikalıların daha yoğun yer aldıklarını ve piyasanın onlara daha çok hitap ettiğini kaydetti. Buna karşın Fayat, Orta Afrikalıların piyasadaki varlığının da dikkat çekici olduğuna işaret ediyor. Ancak Fayat, bölgedeki moda algısını daha iyi anlamak için yerel partnerlerle işbirliğine dikkat çekiyor. Fayat'a göre, Orta Afrika'da yerel bir partnerle işbirliği hem üretim hem de pazarlama için olmazsa olmazlar arasında.

'Made in Turkey' algısı

Sektör temsilcilerine göre, bavul ticaretinde Afrikalıların payının artmasındaki en önemli etkenlerden biri THY'nin Afrika'daki uçuş noktalarını artırması. En son THY'nin Nijerya'ya sefer

Laleli'de Rusların oranı yüzde 27 iken, Afrikalıların payı yüzde 12'ler civarında.



de büyük fırsatlar barındırıyor. Pazarda artan Afrikalı payı da iş dünyasının Afrika açılımının meyvelerini topladığını gösteriyor. Laleli piyasası bu yönde dönüşümüyle iyi bir örnek teşkil ediyor. Laleli'de Rusların oranı yüzde 27 iken, Afrikalıların payı yüzde 12'ler civarında. Laleli esnafı ise Afrikalıların pazardaki potansiyelinin yüzde 25 olduğuna inanıyor. Ancak öncelikli hedef bu rakamı yüzde 18'e çıkarmak. Hem İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) hem de piyasadaki iş dünyası dernekleri bu anlamda çalışmalarını hızlandırıyor. Son olarak Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD) tarafından düzenlenen 5'inci Laleli Fashion Shopping Festivali'nde bu çalışmaların bir örneği görüldü. Festival kapsamında B2B görüşmeler için 7 ülkeden Türkiye'ye gelen alım heyetlerinden yaklaşık

in için büyük potansiyel oluşturuyor. Laleli piyasasının 55 ülkeden müşterisi var. Ancak Rusların ağırlığı yüksek. Normal zamanda Rus müşterilerin ağırlığı yüzde 27, işlerin en iyi olduğu zamanlarda bu rakam yüzde 35'lere çıkmıştı. Afrikalıların payı ise birkaç sene öncesine kadar yüzde 8'lerdeyken şu an bu rakam yüzde 12'lere çıktı. Hedefimiz yakın dönemde bu rakamı yüzde 17-18'lere çıkarmak. Ancak potansiyelin yüzde 25'ler olduğuna inanıyoruz" ifadelerini kullandı.

Afrika'yı 10 yıl önce keşfetti

Afrikalıların bavul ticaretindeki ilk durağı Laleli olurken ikinci uğrak yerleri ise Osmanbey... Osmanbey pazarının yüzde 45-50'si Avrupa'ya çalışırken, ikinci önemli grubu Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri oluşturuyor. Ancak pazarda Orta Afrikalıların payı da hızla artıyor.

yeniden dizilecek gibi görülüyor. Türkiye'nin de içinde bulunacağı bir Avrasya işbirliği görebiliriz, bunlar konuşuluyor. Bu noktada Afrika için de yeni işbirlikleri içerisinde olabilir Türkiye. Bu da yeni dönemde pazarı etkileyecek faktörlerden biri olacak" ifadelerini kullandı. Osmanbey piyasasında Afrika pazarının payını yüzde 5'lerden çok daha yukarı çıkarabilmenin rekabet koşullarıyla da ilgili olduğunu savunan Karataş, "Rekabet koşulları daha da düzeldiğinde bu coğrafyaya ticaretimiz daha da artacaktır" diye konuştu.

Yerel partnerle işbirliği şart

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Şeref Fayat da, Afrika pazarına yönelik analizlerde bulundu. Kuzey Afrika ve Orta Afrika pazarının birbirinden farklı olduğunun altını çizen Fayat,

başlatmasından sonra bavul ticaretinde özellikle Laleli ve Osmanbey'de ciddi artışlar görüldü. Afrika ülkelerinden İstanbul'a gelen bir uçaktaki yolcuların ortalama yüzde 70'inin ticaret için Türkiye'ye geldiği biliniyor. Bu da fazladan bir seferin ticareti yaklaşık olarak ne kadar artıracağına dair önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkıyor. Hazır giyim ve konfeksiyonda Afrika ülkelerine ihracatın yüzde 20-30 oranında kısmının bavul ticaretiyle gerçekleştiği tahmin ediliyor. Afrika ülkelerinden ticareti artıracak bir diğer husus ise vize kolaylığı. Şu an Afrika ülkelerinde Türkiye'nin uygulamak zorunda olduğu vize engelleri de Afrikalı işadamları için caydırıcı olabiliyor. Bununla beraber Türk işadamlarının Afrika'da Çin'e karşı en büyük avantajı ise 'Made in Turkey' algısının, Çin malına karşı daha pozitif olması.

Afrika'nın yükselişi rakamlara yansıyor

Sadece bavul ticaretinde değil, tüm hazır giyim ve konfeksiyon ihracatına bakıldığında Afrika'nın yükselişi görülüyor. Temmuz ayı hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yılın ilk 7 ayında geçen yıla göre yüzde 3.4 artarak 10 milyar dolara çıkarken, Tunus ve Fas'a gerçekleştirilen ihracattaki artış dikkat çekiyor. Buna göre, Tunus'a hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı ilk 7 ayda yüzde 26 artarak, 42.2 milyon dolara yükseldi. Fas'a gerçekleştirilen ihracat ise söz konusu dönemde yüzde 46 artarak 38.3 milyon dolara çıktı. Bu verilerle bu iki ülke yılın ilk 7 ayında ihracat artışıyla öne çıkan ilk 10 ülke arasında yerini aldı. Gana ve Kamerun ise aynı dönemde miktar olarak çok yüksek olmamakla beraber oransal olarak ihracat artışında dikkat çekiyor. Temmuz ayı ihracat verilerine göre, Gana'ya ilk 7 ayda gerçekleşen ihracat artışı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 170, Kamerun'da ise yüzde 232 şeklinde gerçekleşti.

Bavul ticaretinde son 5 yıl (Milyar dolar)

Yıl	Miktar
2011	4.2
2012	6.2
2013	7.4
2014	8.6
2015	5.5

* TCMB ÖDEMELER DENGESİ İSTATİSTİKLERİ

“Tekstil firmaları ile leasing çalışmaları yapabiliriz”



Katılım bankacılığı sektörünün altıncı bankası Vakıf Katılım, faaliyete başladı. Vakıf Katılım Genel Müdürü İkrâm Göktaş, “Özellikle makine parkını yenilemek isteyen güçlü tekstil firmaları ile leasing alanında çalışmalar yapabiliriz” diyor.

Sektöre iddialı bir giriş yapan Türkiye'nin altıncı katılım bankası Vakıf Katılım'da hedefler büyük. Banka; katılım bankacılığında pazar payının 2018'de yüzde 10'a çıkmasını ve 2023'te sektör liderliğini getirecek seviyeye ulaşmasını öngörüyor. Bankanın tekstil sektörü için açılımı ise makine parkurlarının yenilenmesi için leasing desteği verilmesi.

805 milyon TL sermaye ile kurulan bankanın genel müdürlük binası Mecidiyeköy'de. Vakıf Katılım Genel Müdürü İkrâm Göktaş, tüm kuruluş çalışmalarını sıfırdan yapmış yeni bir banka olduklarını belirterek, “İlk olarak Mecidiyeköy'deki merkez şubemizde 120 çalışanla hizmete başladık. Mayıs sonunda merkez şubemizin yanına İkitelli ve Ümraniye şubelerimizi ekledik. 2016 sonu itibariyle şube sayımızın 30'a, çalışan sayımızın 500'e çıkmasını hedefliyoruz” diyor. Banka, yeni şubelerle yıl sonunda 500 çalışan sayısına ulaşmayı hedefliyor. 3 yılın sonunda ise müşterilere 100 şube ve bin 200 çalışanla hizmet verilmesi öngörülüyor. Göktaş ile konuştuk.



Finans Merkezi projesi kapsamında İslami fonlar açısından önemli bir cazibe merkezi haline getirilmesinin şart olduğunu düşünüyoruz. Siyasi otorite katılım bankacılığının büyümesi için pek çok adım attı ve atmaya devam ediyor. Kamu katılım bankaları ile sektöre aktif oyuncu olarak girilmesi de bu yaklaşımın en önemli göstergesi. Aynı şekilde

bankacılığında merkez olma projesini ciddiyetle ele alan bir Türkiye, bu konuda ciddi şansa sahip olacaktır. **Vakıf Katılım ne zaman faaliyete başladı?**

Vakıflar Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulma çalışmalarına 2015 yılı Ekim ayında başlanan Vakıf Katılım, BDDK'dan alınan faaliyet izninin ardından 26 Şubat

2016'da hizmete başladı. Açılış öncesinde hazırlık aşamasında yoğun çalışmaların yapıldığı, meşakkatli bir süreç yaşandı. Çalışanlarımızın özverisi ve kamu otoritesinin destekleyici yaklaşımı işlerimizi oldukça kolaylaştırdı. Açılış öncesinde bankacılık faaliyetlerini taşıyacak temel bankacılık yazılımının belirlenmesi en önemli karar aşamasıydı. Bu konuda risk almayarak mevcutta denenmiş bir yazılımı tercih ettik. Bu karar faaliyet izni sürecinde işimizi çok kolaylaştırdı ve açılışımızı hızlandırdı. Türkiye'de katılım

bankacılığı, 30 yıllık geçmişine karşın gerçek büyüme ivmesini ancak son 10 yılda kazandı. Bu ivmenin sektörü daha güçlü bir noktaya taşıması ve faiz konusunda hassasiyet taşıyan fonların ülkemize getirilmesi için kamu katılım bankalarının önemli bir rolü olacağına inanıyoruz. Kamu sermayeli bir katılım bankası olarak, yasal düzenlemeler için kamu otoritesi ile beraber çalışarak sektörün gelişmesinde öncü rol üstlenmeyi hedefliyoruz. Aynı zamanda ürün

Vakıf Katılım, son dönemde revaçta olan kira sertifikası (sukuk) ürünü ile ilgili olarak iki şirket kurarak sektördeki yerini alacak. Şirket, aracılık hizmetleri ile sektörde önemli bir pay almayı hedefliyor.

ve hizmet çeşitliliğini artırarak müşterilere tam kapsamlı hizmet vermek ve rekabeti geliştirerek kendimizle birlikte sektörü de büyütmek üzere yola çıktık. Bunlara ek olarak vakıf kültürünün taşıyıcısı olduğumuzu da unutmamak gerek. Sosyal dengenin temellerinden olan vakıfların korunması ve gelirlerinin artırılmasına yönelik projelerde yer almak da kuruluş felsefelerimiz arasında.

Tekstil sektörüne yönelik bir açılışınız olacak mı?

Katılım Bankacılığı, prensipleri ve ilkeleri ile toplumun ekonomik yönden gelişmesine ve adaletli bir şekilde ilerlemesine yardımcı olan bir finansal çözüm modeli. Bu model üretime ve ticarete dayalı bir fonlama yaptığı için, sistem içinde kullanılan fonlar ekonominin gelişmesine çok ciddi katkı sağlıyor. Biz de reel sektörün desteklenmesine önem veriyoruz. Bu doğrultuda herhangi bir sektör için peşin bir kabulü önyargılı olarak yaklaşmıyoruz. Bilindiği üzere ülkemize yurtdışından para girişleri cari dengenin sağlanması açısından önemli bir unsur. Bu kuldarda ihracat alanında pastada önemli bir paya sahip tekstil sektörü de hedef kitlemiz arasında yer alıyor. Özellikle makine parkını yenilemek isteyen güçlü tekstil firmaları ile leasing alanında çalışmalar yapabiliriz.

VakıfBank ile bağınız var mı?

Vakıf Katılım'ın ödenmiş

sermayesi 805 milyon TL olup, bu kaynak tamamen T.C. Başbakanlık Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne ait. Bunun yanında Bayezid Han-ı Sani (II. Bayezid) Vakfı, Mahmut Han-ı Evvel Bin Mustafa Han (I. Mahmut) Vakfı, Mahmut Han-ı Sani Bin Abdulhamit Han-Evvel (II. Mahmut) Vakfı ve Murat Paşa Bin Abdusselam (Murat Paşa) Vakfı da yüzde 0.25'lik küçük paylara sahipler. Vakıf Katılım ile VakıfBank arasında herhangi bir organik bağ bulunmuyor. İki kurum

da faaliyetlerini birbirinden bağımsız yürüten farklı tüzel kişilikler. Az önce de bahsettiğimiz gibi Vakıf Katılım'ın kurucusu T.C. Başbakanlık Vakıflar Genel Müdürlüğü. İsmimizde yer alan Vakıf ifadesi de Vakıflar Genel Müdürlüğü'nden ve vakıf kültüründen

yönetimi gerekse çalışanlarına teşekkür ediyoruz. Tüm bunların yanında henüz şube açmadığımız yerlerdeki müşterilerimize ulaşmak için VakıfBank ile muhabir banka sözleşmemiz mevcut.

5 yıllık hedefleriniz nedir?

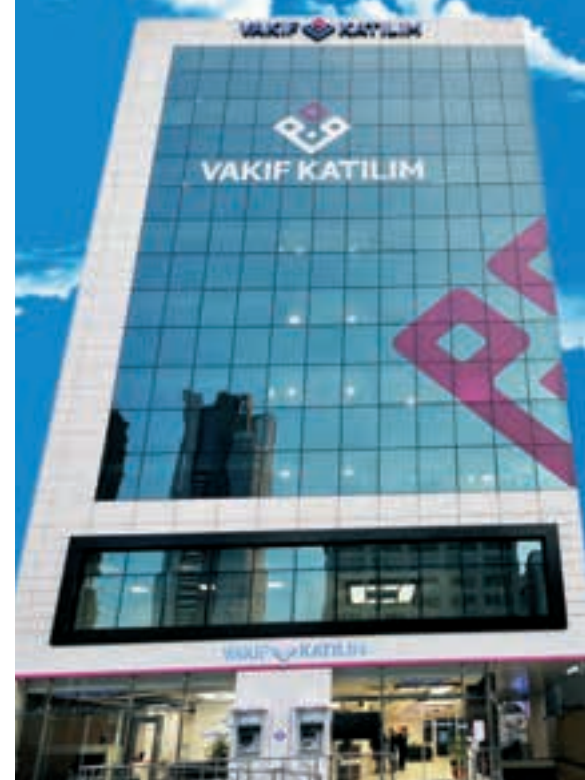
Vakıf Katılım olarak vizyonumuzu katılım bankacılığında referans kurum olmak şeklinde belirledik. Bu vizyon kapsamında öncelikli amacımız sektörü büyütmek; hem yurtiçi hem de yurtdışında daha

fazla fonu sisteme dahil etmek ve daha fazla kişiye ulaşmak. Türkiye Katılım Bankaları Birliği'nin 2025 yılında bankacılık sektörü içerisindeki payımızın yüzde 15'e çıkması hedefiyle hazırladığı 2015-2025 Strateji Belgesi çok önemli bir yol haritası

sunuyor. Biz de sektörle birlikte büyüme hedefimiz kapsamında katılım bankacılığında pazar payımızın 2018 yılında yüzde 10'a çıkmasını ve 2023'te sektör liderliğini bize getirecek seviyeye ulaşmasını bekliyoruz. **Kuracağınız varlık kiralama şirketi hakkında bilgi verir misiniz?**

Bilindiği gibi kira sertifikası (sukuk) ürünü son zamanlarda ülkemizde ilgi gören ve pek çok kişi / firma tarafından tercih edilen önemli bir faizsiz finansal enstrüman olarak görülmeye başlandı. Bu doğrultuda sektörde önemli bir oyuncu olarak yer almaya başlayan Vakıf Katılım da bu alanda kuracağı iki şirketle sektörde yerini alacak. Varlık Kiralama alanında kuracağımız firmalardan biriyle Vakıf Katılım'a ait ihraçları yaparken, diğer firmayla da

müşterilerimizin kendi kira sertifikası ihraçlarına sağlayacağımız aracılık hizmetleri ile sektörde önemli bir pay alacağımıza inanıyoruz. Yine Körfez bölgesinin ilgi gösterdiği bu ürün ile ülkemize sağlanacak fon girişinde aktif rol almayı planlıyoruz.



geliyor. Aynı zamanda Vakıflar Genel Müdürlüğü, VakıfBank'ın da yüzde 58 hissesine sahip. Ancak kuruluş sürecimizde VakıfBank'tan deneyim aktarımı anlamında destek aldığımızı da vurgulamak isterim. Bu nedenle gerek banka

Tekstil ve hazır giyimde yeni trend OMNI-CHANNEL

Tüketici alışkanlıklarının hızla değişmesi ve internetin klasik satış yöntemlerinin yerini almasıyla, pazarlama yaklaşımları evriliyor. Sanayi 4.0'ın konuşulduğu bugünlerde 'omni-channel' kavramı da özellikle perakende ve tekstilcilerin radarına girmiş durumda. Fiziki ve online mağazalar arasında köprü görevi gören omni-channel, müşterilere yepyeni bir satın alma deneyimi sunuyor.

Son zamanlarda teknolojiye en fazla duyduğumuz perakendeye en fazla duyduğumuz pazarlama kavramlarının başında, 'omni-channel' (tek kullanıcı deneyimi) geliyor. Bu terim, pazarlamada moda bir terim olsa da, günümüz pazarlamacılarının, kanal veya cihazdan bağımsız olarak kusursuz bir deneyim sunmaları gerektiğini ele alıyor. Kısaca açıklayacak olursak omni-channel, tüketiciyle her alanda etkileşimde olmayı hedefleyen ve bu etkileşimin tek bir platform üzerinden yönetilerek, tüm kullanıcılara bütün platformlar üzerinde tek bir deneyimin yaşatılması mantığı anlamına geliyor. Özetle omni-channel, kampanya süreçlerinde, bu kampanyaların yönetimi, çevrimiçi veya çevrimdışı olarak ayrılarak yapılmazken, tüm kanallardan gelen verilerin tek bir merkezde toplanması olarak tanımlanabilir. Son dönemlerde özellikle tekstil ve hazır giyim şirketlerinin dijital tarafta cirolarını artırırken, bu yeni pazarlama kavramına yoğunlaştığı görülüyor. İnternette ağırlıklarını artıracak olan tekstil ve hazır giyim şirketleri, omni-channel hizmetiyle fark yaratıyor.

MÜŞTERİLERİN BEKLENTİLERİ ARTIYOR

Sadece tekstil ve hazır giyim sektöründe değil, tüm Türkiye'nin bir dijitalleşme sürecinden geçtiği herkesin malumu. Bu bağlamda şirketler de bu dönüşüme ayak uydurmak zorunda. Omni-channel yaklaşımı da tüm dünyada, özellikle moda perakendesinde gittikçe önem kazanan bir çalışma şekli. Müşteriler omni-channel ile ilgili taleplerde bulundukça ve beklentileri arttıkça, perakendecilerin bu yönde kendilerini geliştirmeleri gerekiyor.



~~~~~  
Omni-channel kavramını, tek kullanıcı deneyimi şeklinde özetleyebiliriz.





## 'Çoklu kanal'dan sonraki aşama

Küreselleşen dünya ile birlikte pazarlamada da modeller ve çalışma biçimleri, özellikle son üç-dört yıldır ciddi şekilde dijitale evrilmeye başladı. Omni-channel (tek kullanıcı deneyimi) kavramı da bu paralelde, süreçler ve tüketici verilerinin daha bütüncül bir şekilde çalışmasını amaçlıyor. Klasik anlamda multi-channel (çoklu kanal) pazarlama, müşterileri herhangi bir kanalda yakalamayı hedeflerken, omni-channel pazarlama ise markaların müşterilerine dokunabileceği gerek fiziksel, gerekse de dijital tüm kanallarının mevcut süreçlerde (ERP) entegre çalışmasını hedefliyor. Kullanıcı deneyimlerinin son hızla değişmesi ve 'nesnelerin interneti' kavramının ortaya çıkması da, omni-channel'i önümüzdeki dönemde daha da yaygınlaştıracak diğer etkenlerden.

## Moda perakendecileri, farklı noktalardan başlayarak çeşitli boyutlarda yatırım yaparak omni-channel süreçlerini uygulamaya çalışıyorlar.

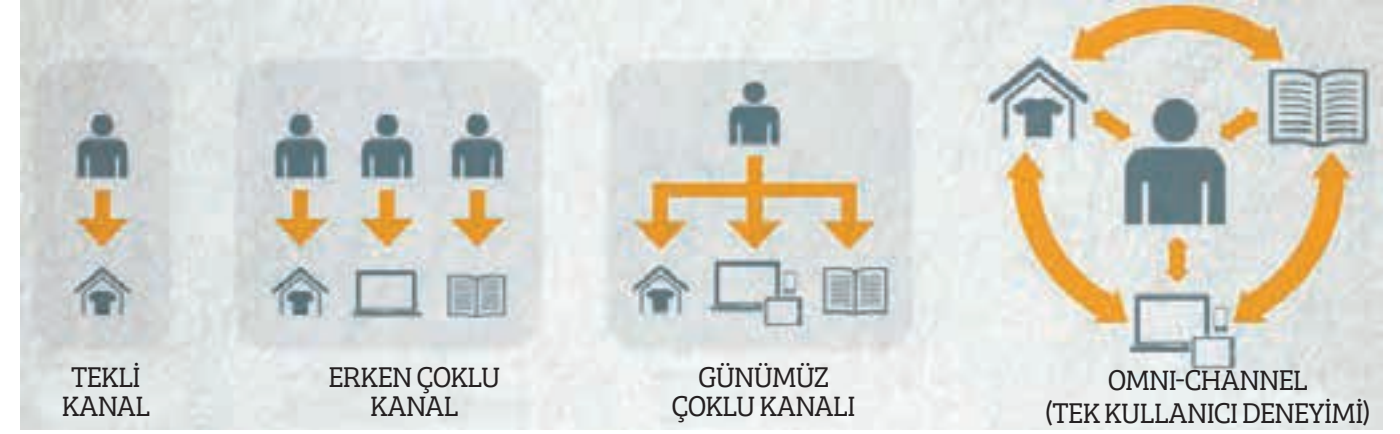
Türkiye'de de moda perakendecileri farklı noktalardan başlayarak çeşitli boyutlarda yatırım yaparak omni-channel süreçlerini uygulamaya çalışıyorlar. Sezonun ürünlerin olduğu, renk ve beden için çok sayıda stok kodu ile satış yapılmaya çalışılan moda perakendeciliğinde, envanteri optimum şekilde yönetebilmenin bir yolu da omni-channel perakendecilik yapmaktan geçiyor. LC Waikiki E-Ticaret Direktörü Salih Yılmaz, "Geçtiğimiz yıllardaki büyümemizi sağlamak için ödeme sistemleri, teslimat seçenekleri ve omni-channel projeleri önceliklerimiz arasında olacak" derken, LC Waikiki olarak atılacak yenilikçi adımlara dikkat çekiyor.

Boyner Holding Yönetim Kurulu Başkanı Cem Boyner, bir müşterinin 7 bin metrekaarelik bir mağazaya gitmek yerine 3

bin metrekaarelik mağazaya gitmeyi tercih etmesinin arkasındaki resmin iyi okunması gerektiğini dile getiriyor. "Ortalamalar yalan söylüyor. Siz mağazanızdaki müşterinin taleplerini algılayıp ona yanıt

vermek zorundasınız. Çünkü bir müşteri gitmeden önce size 'ben gidiyorum' sinyallerini gönderiyor. Bunu takip etmezseniz ölersünüz" diyor. Omni-channel konusunda bu bağlamda Boyner Grup bünyesindeki şirket ve markalar arasında bir entegrasyon süreci yaşanıyor. Morhipo'dan verilen

bir siparişin Boyner Mağazaları'ndan teslim alınabilmesi ve iade edilebilmesi, bu hizmetin bir yansıması. Boyner Grup ayrıca, Morhipo ile çok markalı 'online' mağazacılıktan çok markalı 'all-line' mağazacılığa yönelmiş durumda.



Müşteriler omni-channel ile ilgili taleplerde bulundukça, perakendecilerin bu yönde kendilerini geliştirmeleri gerekiyor. Bu durum, tekstil ve hazır giyim şirketleri için de kaçınılmaz bir gerçek.

## FİZİKİ VE ONLINE MAĞAZAYA KÖPRÜ

DeFacto olarak, iki yıl önce altyapı çalışmalarına başladıkları omni-channel'i aşamalı olarak bazı kanallarda uyguladıklarını aktaran DeFacto Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İhsan Ateş, iki yıldır yaptıkları yatırımlarla ülke genelindeki tüm mağazalarında omni-channel süreçlerini tamamladıklarını ve 2016 yılı başı itibarıyla DeFacto Omni'yi müşterilerinin hizmetine sunduklarını belirtiyor. "Böylece hazır giyim ve moda sektörüne kazandırdığımız ilklere bir yenisini daha ekleyerek Türkiye'de omni-channel'i başlatan ve en yaygın uygulayan moda markası olduk. Fiziki ve online mağazalar arasında sağlanan bu bağlantılarla DeFacto müşterileri, zaman sınırlarını düşünmeden, istedikleri her an ve her yerden keyifle alışveriş yapabiliyor, dilediği noktadan ödeme yapabiliyor ve ürünlerini diledikleri şekilde teslim alabiliyorlar" diyen Ateş, müşterilerinin dijital kanallar ve çağrı merkezi aracılığıyla diledikleri ürün için diledikleri yerden, diledikleri zamanda sipariş verebildiklerini, satın alabildiklerini veya internetten ayırtabildiklerini anlatıyor.

## TEK BİR KANAL GİBİ

Beymen de omni-channel yaklaşımına paralel, offline ve online platformlarda tek bir kanal gibi birbirini tamamlayan şekilde çalışıyor. Şirket, bunun ilk uygulamasını Türkiye genelindeki 9 Beymen ve 27 Beymen Club mağazasında 'click&collect' ile hayata geçirdi. Bu kapsamda www.beymen.com müşterileri



DEFACTO YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI İHSAN ATEŞ:

## Müşterilerin dönüşü olumlu

Dünya çapında yapılan araştırmalar, birden fazla kanal kullanan müşterilerin tek kanal kullananlara göre en az yüzde 30 daha fazla alışveriş yaptıklarını ortaya koyuyor. Müşteri ne kadar farklı kanalda istediği hizmeti alıyorsa markanıza bağlılığı o kadar artıyor. DeFacto müşterileri bizim yenilikçi tarzımızı çok iyi biliyor ve aslında markamızda en fazla sevdikleri taraf da bu. Bu nedenle her yeni uygulamamızı detaylıca takip ediyorlar. Omni-channel'i da büyük ilgiyle karşıladılar ve hızlıca uyum sağladılar. Hatta online'dan satın al mağazadan teslim al 'Bi'tıkla Mağazada' uygulamamızın yaygınlaştırılması sırasında yeni eklenecek mağaza ve il sıralamamızı müşterilerimizden gelen taleplere göre planladık. Müşterilerle yaptığımız anket ve görüşmelerde de sunduğumuz kolaylıklardan çok memnun oldukları tepkilerini alıyoruz. Bu uygulamalar bire bir müşteri odaklı olduğu için yine hem mağazalarımızda hem çağrı merkezimizde hem de online'da sürekli müşterileri dinliyoruz ve onların talep ve yönlendirmelerine göre geliştirmelerimizi yapıyoruz.

siparişlerini mağazalardan, gerekirse ücretsiz tadilatlarını yaptırarak ve hatta deneyerek teslim alabiliyor. Uygulama, müşterilerin yine bu noktalarda kolay ve hızlı iade yapabilmesine de olanak tanıyor. Omni-channel uygulamalarının başka bir bacağı ise, müşterilerin mağazadan satış danışmanı desteğiyle online sipariş verebilecek olması. Bu sayede müşterilerin beden ve farklı model seçkilerine daha kolay ve tüm mağazaların stoklarından ulaşabilmeleri sağlanıyor. Önümüzdeki dönem şirket, omni-channel kapsamında Beymen'lerde satılan tüm ürünleri, yani 80 bin adet ürünü www.beymen.com'da görüntülemeye hazırlanıyor.



# TEKSTİL SEKTÖRÜNDEN GENÇLERE KÜRESEL KARIYER ÇAĞRISI

İşadamları ve akademisyenler, ihracat şampiyonu tekstil ve hazır giyim sektörlerinde gençler için küresel ve yerel birçok iş fırsatları olduğunu söylüyor.

Tekstil ve hazır giyim sektörleri, gençlerin bu alanı tercih etmesiyle daha da güçlenecek.



## Geniş istihdam alanı sunuyor

Tekstil mühendisleri; doğal, suni ve sentetik liflerin tanımlanması ve ayırt edilmesi, tekstil ürünlerinden beklenen konfor ve performans özelliklerine uygun hammaddelerin seçilmesi, uygun çalışma şartlarının belirlenmesi ve kontrol edilmesi, üretim verimliliği ve ürün kalitesini etkileyen koşulların yönetilmesi ve problemlerin çözülmesi, proses ve teknoloji tasarımı ya da iyileştirme, güvenlik ve sağlık, enerji tasarrufu, atık ve kirlilik kontrolü, bilimsel ve mühendislik temelli metotların lif, iplik, kumaş, hazır giyim, teknik ve fonksiyonel tekstil ürünlerinin çok yönlü tasarımı, üretimi ve kontrolü, günlük giysiden ileri teknoloji ürünlere geniş bir yelpazede yer alan tekstil ürünlerinin geliştirilmesi ve üretilmesi, yeni ürün ve proseslerin mühendislik tasarımı alanlarında, uluslararası firmaların alım ofislerinde, perakende sektörünün farklı alanlarında çalışabiliyor.

Türkiye'nin en rekabetçi olduğu sanayi sektörü konumundaki tekstilin, küresel düzeyde ikinci altın çağını yaşadığı söyleniyor. Tekstil, son yıllarda öyle bir sektör haline geldi ki, ürettiği ürünler, otomotivden inşaata, mobilyadan savunma sanayiine, tıptan elektroniğe kadar birçok sektör tarafından kullanılır oldu. Bu gelişme de sektörün tekstil mühendisi başta olmak üzere her kademede eğitimli eleman ihtiyacını hızla yükseltti. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan, sektörün önümüzdeki dönemde yeni ve nitelikli 'insan kaynağı' ihtiyacının daha da artacağını

**II Tekstil ve hazır giyim sektörleri dünyada 1 trilyon dolarlık bir büyüklüğe sahip. 2025'te bu hacmin 1.7 trilyon dolara ulaşması bekleniyor.**

söylüyor ve bunu üç gerekçeye bağlıyor. Sektöre dönük eğitim veren üniversitelere girişin, mezun olduktan sonra da iş bulmanın çok kolay olduğunu vurgulayan Kayhan, gençlerin bu sektörde 'küresel kariyer' fırsatları da yakalayabileceklerini anlatıyor. Kayhan, gençlere çağrısını şu gerekçelerle özetliyor:

### 1 milyon yeni istihdam

“Birincisi, tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye'nin geleceğinde önemli rol oynamaya devam edecek. Sektör şu anda dünyada 1 trilyon dolarlık bir büyüklüğe

sahip ve 2025 yılında bu hacmin 1.7 trilyon dolar seviyesine ulaşması bekleniyor. Ülkemiz ise dünya tekstil ve hazır giyim ihracatında yedinci sırada. AB'de ikinci en büyük ihracatçı konumunda. Türk hazır giyim sektörünün 2023'te 60 milyar dolar ihracat ve üretimde 1 milyon ilave istihdam hedefi bulunuyor. Sektörün bu istihdama değer katacak çok daha fazla tekstil mühendisine, tasarımcıya, teknikere, pazarlamacılara ihtiyacı var. Sektörün özellikle moda ve tasarım alanında çalışan insan kaynaklarının da teknik bilgiyle donatılması şart.

İkincisi, sektörde farklı açılımları olan

çok hareketli ve renkli kariyer imkânları sunuluyor. Çünkü tekstil artık 'elyaftan yüzey yaratma sanatı' olarak tanımlanıyor. Bu nedenle de iç içe çalışan tekstil, hazır giyim ve moda endüstrisi, gençlere renkli bir çalışma ortamı vaat edebiliyor. Yıl içinde sürekli değişen koleksiyonlar, tasarımlar ve bunlara uygun kumaş imalatı, rutinden çok uzak bir iş tanımını gerektiriyor. Tekstil mühendisleri de bu son derece renkli moda dünyasının yanında; tıp, otomotiv, inşaat, savunma sanayii gibi birbirinden

### 2014 AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TEKSTİL VE HAZIR GIYIM İTHALATI YAPTIĞI İLK 15 ÜLKE (MİLYAR EURO)

| Sıra | Tekstil    |      | Hazır giyim |      |
|------|------------|------|-------------|------|
|      | EXTRA EU28 | 29.8 | EXTRA EU28  | 73.1 |
| 1    | Çin        | 10   | Çin         | 28.3 |
| 2    | Türkiye    | 4.6  | Bangladeş   | 11   |
| 3    | Hindistan  | 2.5  | Türkiye     | 9.2  |
| 4    | Pakistan   | 2.1  | Hindistan   | 4.6  |
| 5    | ABD        | 1.8  | Fas         | 2.3  |
| 6    | Güney Kore | 1.1  | Vietnam     | 2.2  |
| 7    | İsviçre    | 1    | Kamboçya    | 2.2  |
| 8    | Japonya    | 0.67 | Tunus       | 2.1  |
| 9    | Mısır      | 0.52 | Pakistan    | 1.8  |
| 10   | Tayvan     | 0.51 | Sri Lanka   | 1.5  |
| 11   | Endonezya  | 0.44 | Endonezya   | 1.2  |
| 12   | Tayland    | 0.37 | İsviçre     | 0.61 |
| 13   | Bangladeş  | 0.36 | Tayland     | 0.52 |
| 14   | Vietnam    | 0.32 | Hong Kong   | 0.5  |
| 15   | Tunus      | 0.27 | Makedonya   | 0.48 |

KAYNAK: EURATEX

farklı disiplinler arası işlerde çalışma imkânlarına sahip olabiliyor. Çünkü tıp dünyasında kullanılan yapay damarlarda, arabaların yalıtım sistemlerinde, depreme dayanıklılık ve ısı yalıtımı sağlayan yanmaz inşaat malzemeleri üretiminin temelinde tekstil mühendislerinin becerileri var. Sayısız sektörün ürettiği katma değerın temeline baktığımızda, tekstil ve tekstil mühendisliğini görürüz.

### Küresel iş insanı olursunuz

Sektörümüzün gençler tarafından kariyer alanı seçilmesini gerektiren üçüncü neden ise uluslararası kariyer fırsatlarıyla dolu olmamız. Çünkü, sektörün tam entegre üretim yapısı, tüm dünyadaki üretici, satın alma, tasarım ofisleri ile birlikte çalışma fırsatı sağlıyor. Ülkemizin dünya tekstil ve hazır giyim sektöründe söz sahibi olması, genç tekstil mühendislerinin, tasarımcılarımızın ve yöneticilerin başarılarını uluslararası platforma taşıyor. Başarılı gençler büyük küresel firmalara transfer olabiliyor. Bu gençlere, performanslarına bağlı olarak, yurt dışında yönetici pozisyonunda iş teklifleri geliyor.”

### Uluslararası çalışma fırsatı

Sektörün artan ihracat ve yatırım ortamında tekstilde çalışacak daha fazla kişiye ihtiyacı var. Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Hüseyin Kadoğlu, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün meydana getirdiği büyük istihdam ile işsizliğin azalmasına ve toplumun refahına da çok ciddi düzeyde katkıları olduğunu söyledi. Dünyadaki eğilimlere paralel olarak tarım sektöründen hava taşımacılığına ve tıp alanına kadar uzanan geniş bir yelpazede kullanım alanı bulan teknik ve fonksiyonel tekstillerin geliştirilmesi ve üretiminin Türkiye'de de giderek önem kazandığını ve sektörün buna uygun yapısal değişimleri hızla yerine getirdiğini vurgulayan Kadoğlu, “Bu da Türkiye'de nitelikli ve iyi yetişmiş tekstil mühendislerine yönelik ihtiyacın giderek artmasına yol açıyor. Üniversitelerimizden mezun olan tekstil mühendislerinin iş bulmasında hiçbir sorun yaşanmıyor. Tekstil mühendisliğini seçen gençlerimizi hem ülkemizde hem de isterlerse yurtdışında sahip olabilecekleri başarılı bir kariyer yaşantısı bekliyor” diye konuştu.

H&M AVRUPA BÖLGE MÜDÜRÜ (PULS TRADING) LEYLA ERTUR:

## Hayalimdeki işi yapıyorum

H&M'in Türkiye satın alma ofisindeki kariyerime 15 sene önce asistan müşteri temsilcisi olarak başladım. 5 yıl İstanbul ofisinde farklı pozisyonlarda çalıştıktan sonra, 2006-2009 arası H&M Bangladeş ofisinde, 2009 -2015 arası da H&M Çin Bölge ofisinde görev aldım. Son görevim H&M Uzakdoğu satın alma ofisleri bölge müdürlüğü oldu. H&M'in Çin, Kamboçya, Vietnam ve Burma üretimlerinden sorumluydum. 1.5 yıldır da H&M Avrupa Bölge Satın Alma Ofisleri Müdürü olarak görev yapmaktayım. Eğitim hayatım süresince, moda ve insanlarla iç içe çalıştığım ama strateji ve vizyonunda bir parçası olduğum bir iş hayal ettim ve şimdi bu işi yapıyorum. Uluslararası bir şirkette çalışmak bana sadece farklı ülkeler, farklı kültürlerle çalışma şansı vermedi, aynı zamanda organizasyon, sürdürülebilirlik, inovasyon konularında vizyon da kattı. Geriye dönüp baktığımda, hayallerimin gerçekleştiğini görüyorum. Türkiye'nin bir tekstil ülkesi olduğuna ve daha uzun yıllar bu gücünü koruyacağına gönülden inanıyorum. Benim beklentim; İngilizce eğitim veren tekstil mühendisliği ve ilgili branşlara ilginin artması ve sektörün dinamik gençlerle desteklenmesidir.

İTÜ TEKSTİL TEKNOLOJİLERİ VE TASARIMI FAKÜLTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ PROF. DR. BÜLENT ÖZİPEK

## Tekstil mühendisine ihtiyaç var



Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sanayii, tarladan mağazaya hammadleden nihai ürüne kadar tüm imalat süreçlerinin ülkemizde yapıldığı tam entegre sisteme sahip. Üniversitelerimizde de sektörün bu yapısına uygun, tüm süreçlerde görev alacak çalışanların mezun olacakları bölüm ve programlar bulunuyor. Bir dönem tıp fakültesiyle aynı puan ile girilen tekstil mühendisliği, hızla eski günlerine dönüyor. Nedeni ise sektörün, kriz dönemlerinde bile en fazla ihracat yapan sektör olarak ekonominin en önemli yapı taşı olduğunu ispat etmesi. Artık tekstil denince sadece üstümüze giydiğimiz ürünü algılamıyoruz. Bölümlerimizden mezun gençleri, 13 farklı sektörle interaktif çalışma olanağı bekliyor. Örneğin, günümüzde otomobil, uçak, rüzgâr güllerinin gövdesi veya kanatları kompozit tekstillerden üretiliyor. Mobilyadan tıba kadar geniş bir skopta tekstil mühendislerinin imzası var. Modadan, teknolojinin dinamik kullanımına kadar çok yönlü tatminin yaşanacağı ortak iş imkânı arayan gençlerimiz için tekstil mühendisliği çok doğru bir tercih olur.

## 4 yılda meslek sahibi oluyorlar

Türkiye'de tekstil mühendisliği öğretimi gerçekleştiren fakülteler, sanayinin gereksinimlerini dikkate alarak programlarını yeniliyor. Sanayicinin beklentilerine uygun temel bilgileri sağlam, kendisini yenileyebilen, araştırmacı, analitik düşünce yapısına sahip, meslek ahlakını kavramış, kolay iletişim kurabilen, sorumluluk sahibi, çalışan mühendisler yetiştiriyor. Bir tekstil mühendisi, iplik, kumaş ve hazır giyim ürünlerinin beklenen özelliklerine uygun hammaddeyi seçmek, makinelerin uygun çalışma şartlarını belirtmek ve kontrol etmek, üretim verimliliği ve ürün kalitesini etkileyen koşulları analiz etmek, problemleri çözmek ve şartları iyileştirmekle sorumlu. Bölümün temel eğitim süresi 4 yıl. Öğrenciler dersleri izleyip yaz aylarında staj yapıyorlar.





# Giyilebilir sanatın yaratıcısı: Başak Cankeş

Koleksiyonlarına desen ve tabloları yansıtan tasarımcı Başak Cankeş, duygusal ama güçlü kadınlara hitap ediyor.

O nun tasarımlarında Gaudi'nin yapılarından veya Dali gibi ölümsüz ressamların tablolarından etkileri fazlasıyla görebilirsiniz. Çünkü genç tasarımcı Başak Cankeş, farklı sanat formlarını kendine özgü desen tasarımları ile giysilerine taşıyor. Zaten motto'su da 'giyilebilir sanat yaratmak'. Yakın gelecekte bu alanda galeriler açmayı hedefliyor. Her sezon iki farklı sanat disiplininin işlerini tasarımlarına yansıtan Cankeş, bu duruşuyla trend kelimesini sözlüğünden çıkararak özgünlüğü çıkış noktasına yerleştiriyor. Doğal ve hafif Parizyen kadın gibi biraz sert ve sınır koyabilen güçlü kadınların tasarımlarını yansıttığına inanan genç tasarımcı, giysilerini Arzum Onan, Yasemin Mori ve Ece Sükan gibi ünlü isimlerin üzerinde görmek istiyor.

**Bashaques' markası nasıl ortaya çıktı?**  
Alaçatı'da yaşıyorum. Burası bana hem ilham verdi hem de metropolün kaosundan uzak kaldığım için daha üretken olduğumu gözlemledim. İki yıl süren asistanlık deneyimim ardından desenler üzerine odaklandım. Kendi markamı oluşturma hayalime biraz da finansal destek ve deneyim katacağına inanarak Hacımemiş'de Bashaques' adını taşıyan konsept dükkân ve galeriyi kurdum. Bashaques', sanat ve modanın iç içe olması gerektiğine inandığım noktada ortaya çıkan bir oluşumdur. Sonrasında aynı adı verdiğim kendi markamı kurdum. Oldukça heyecanlı ve yoğun bir çalışma döneminin ardından yarattığım ilk koleksiyonum 'An' ile Akdeniz Moda Ödülleri'nin sahibi oldum ve İngiltere'de Avrupa Birliği destekli YOTA adlı önemli bir yarışmayı kazandım. Şimdi çalışmalarına Londra ile eşzamanlı olarak devam ediyorum.

Başak Cankeş, fotoğraftan dokumaya, mimariden resme farklı disiplinleri tasarımlarıyla buluşturuyor.





Cankeş, çalışmalarına Londra ile eşzamanlı olarak devam ediyor.



**Bashaques' markasının tasarımları sanat eseri gibi. Erdem'in çiçekleri varsa, sizde de baskılar ağırlıkta. İlham kaynağınız nedir?**

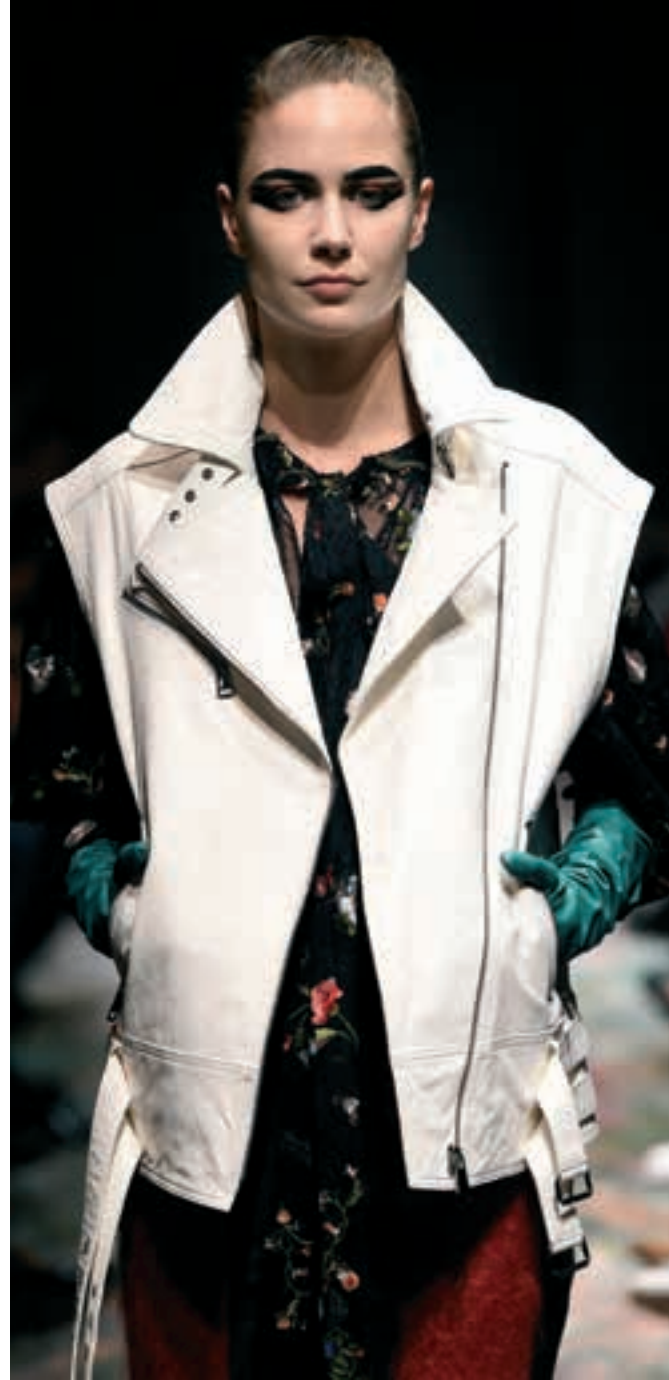
Giyilebilir sanat iddiasını yola çıktığım günden beri taşıyorum. Desen ve tablo yapıp bunu giysiye dönüştürmem asıl kaynağı. Her sezon iki farklı sanat disiplininin işlerini zanaat ile birleştirip yorumluyorum. Fotoğraftan dokumaya, mimariden resme birçok farklı disiplinden yararlanıyorum.

**Peki, son koleksiyonunuzda nelerden etkilendiniz?**

Bu sezon Antoni Gaudí'nin eserlerinin tekilliği ve taklit edilemeyen eşsiz karakterinden yola çıktım. El dokuması ve boyaması parçaların her birinin teklik ve eşsizlik kavramlarını yansıtmayı istedim. Çünkü etrafınızda gördüğünüz mağazalarda satılan her şey seri üretim. Bashaques', giysiye sanat eseri özelliği yükleyip,

**“Tasarımlarımı Arzum Onan, Yasemin Mori, Ece Sükan ve Gaye Su Akyol gibi isimlerin üzerinde görmek isterim.”**

her sezon birkaç sanatçının eserlerinden ilhamla koleksiyonlarını yaratıyor. Bu sezon Fırat Neziroğlu ile işbirliği yaptık. Gaudí'nin eserlerindeki kırma mozaikleri, Casa Battlio binası ile La Pedrera binasındaki ferforje kapı yorumlamasını, ilmek ilmek dokuduğu parçalarla yansıtip koleksiyona ekledik. **Modaya entegre edilebilecek, en çok cesaret isteyen ve heyecan veren disiplin hangisi size göre?**



Bence teknoloji. Çok dikkatle eklenmesi durumunda mucizeler yaratılabilir ama bütçe ve tüketiciye kabul ettirme noktasında çok cesaret gerektiriyor.

**En çok hangi dokuları tercih ediyorsunuz?**

Deri ve yünü birlikte kullanmayı seviyorum. İpliklerden kumaş üzerine daha organik bir doku yaratmayı ve doğadan gelen ahşap dokuları



**“Estetik algısı kişiden kişiye göre değiştiğine göre aslında moda diye bir şey yok sanırım. Sadece akımlardan bahsedebiliriz.”**

aksesuarlarda kullanmayı seviyorum.

**Koleksiyonlarınızda asla göremeyeceğimiz form var mı?**

Çok keskin çizgilerim yok ama leopar desenini asla kullanmam herhalde.

**Bashaques' kadını nasıl özetlersiniz?**

Seyahat eden; Avrupa ya da ABD'den ziyade akla hemen gelmeyen destinasyonlara giden, sanat hakkında konuşmayı ve etrafında bu konuda konuşulmasını seven, doğal, Parizyen



kadın gibi biraz sert, duygusal ve sınır koyabilen güçlü kadınlar.

**Kimlerde tasarımlarınızı görmek sizi mutlu eder?**

Arzum Onan, Yasemin Mori, Ece Sükan ve Gaye Su Akyol gibi isimlerin üzerinde görmek isterim, ki bu isimlerden birkaçını giydiriyorum. Dünyada ise Iris Van Herpen'i giydirmeyi çok isterim.

**Moda kadınlar için genelde güzellik kavramıyla birlikte yürür.**



Genç tasarımcı, koleksiyonlarında canlı renkleri kullanmayı tercih ediyor.

**Bu ikiliyi nasıl tanımlarsınız?**

Estetik olan her şey bence bu kavramlarla eşdeğer. Estetik algısı da kişiden kişiye göre değiştiğine göre aslında moda diye bir şey yok sanırım. Sadece akımlardan bahsedebiliriz. Yaptığımız iş tamamen göreceli, yoruma açık ve kişilere bağlı. **Yakın gelecek için ne gibi hayalleriniz var?** Giyilebilir sanat galerileri açmak istiyorum.

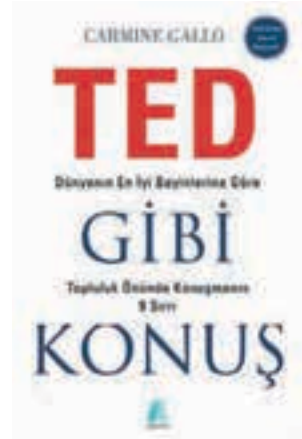




## Markanı ateşle

Kitap

Türkiye'nin büyük marka potansiyelini açığa çıkarmak ve Türk iş dünyası ile kamu kuruluşlarına yol göstermek amacıyla marka profesyonelleri 'Marka Konseyi' çatısı altında bir araya geldi. Konsey, 'Markanı Ateşle' adlı kitap ile herkesi zengin birikimlerinden faydalanmaya davet ediyor.



## Etkili konuşma sanatı

Kitap

TED konferanslarının gördüğü ilgi tüm dünyada artarak sürüyor. Peki, bu kadar çok kişiyi etkileyen konuşmaların sırrı nedir? Carmine Gallo, 'TED Gibi Konuş' adlı kitabında 100'den fazla TED konuşmasını çözümlüyor.



Sergi

## 80 yıllık tarih

İstanbul Modern Fotoğraf Koleksiyonu'ndan derlenen 'İnsan İnsanı Çekmiş' sergisi, 80 Türk fotoğrafçının, 80 yıllık bir süreçte çektiği Türkiye fotoğraflarından oluşuyor. Sergi, 2 Aralık'a kadar gezilebilir.

## Efsane Antalya'da

Dünyaca ünlü Porto Rikolu şarkıcı Ricky Martin, 12 Eylül'de Expo 2016'da müzik severlerle buluşuyor. Martin, Nisan ayında çıkardığı 'Perdoname' albümünden yeni şarkıların yanı sıra 'Livin' la Vida Loca' ve 'La Bomba' gibi hitlerini de seslendirecek.



Konser



Etkinlik

## Renkli festival

Çizgi roman, illüstrasyon, graffiti, animasyon ve görsel sanat severler toplanın! 23-25 Eylül tarihleri arasında Club Quartier'de gerçekleşecek İstanbul Comics & Art Festival, İstanbul'un yeni şehir festivalleri arasında yerini almaya hazırlanıyor.



Konser

## Müzikal tadında konser

16 Ağustos'ta Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Sahnesi'nde verdiği konseri büyük ilgi gören Sertab Erener, 13 Eylül'de yeniden aynı sahnede. Konserin gelirlerinin 15 Temmuz Şehitleri'nin ailelerine bağışlanacağı gecede Erener, sürpriz sahne performansı ile izleyici karşısında olacak.

## Fransız esintisi

Sesiyle tüm dinleyenleri büyüleyen Kanadalı sanatçı Celine Dion, tamamı Fransızca şarkılardan oluşan 'Encore un soir' ile müzik severlerin karşısına çıkıyor. Dion bu albümde, Francis Cabrel ve Serge Lama gibi dünyaca ünlü müzisyenlerle bir araya geldi.

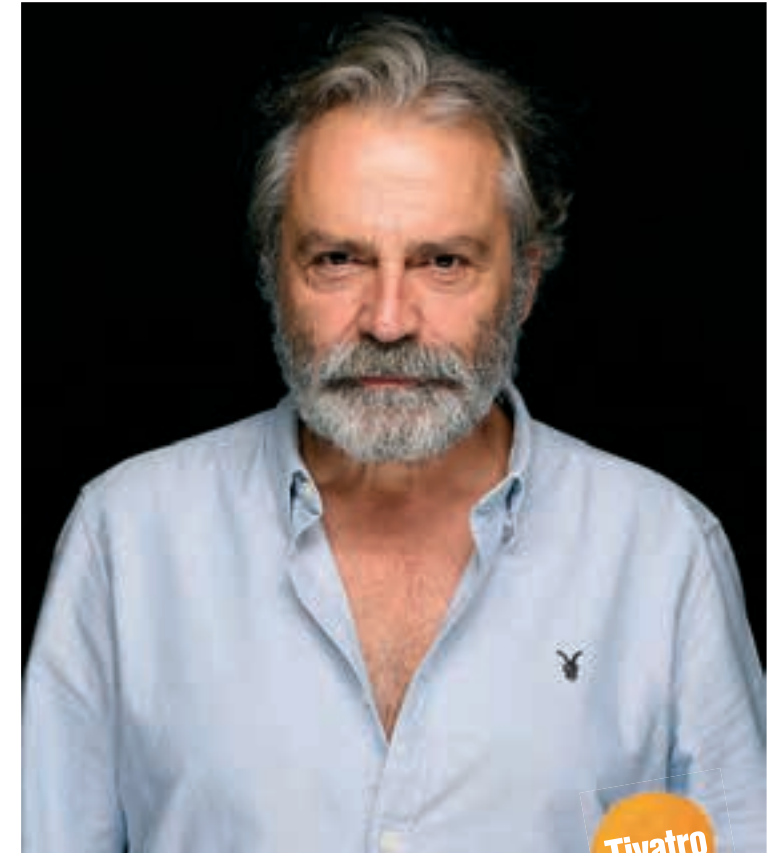


Albüm

## Büyük oyun

Zach Galifianakis, Owen Wilson ve Kristen Wiig, tarihin en büyük banka soygunlarından biri için güçlerini birleştiriyor. 'Masterminds'da, David Scott Gahannt ve ekibinin, çaldıkları 17.3 milyon dolar ile birlikte ortadan kayboluşu mizahi bir dille anlatılıyor.

Sinema



Tiyatro

## Gece yarısı hesaplaşması

İlişkilerinin bitmesinden üç yıl sonra bir araya gelen Tom ve Kyra, bu süreçte içlerinde tuttukları her şeyi paylaşıyorlar. 19 Eylül'den itibaren Oyun Atölyesi'nde sahnelenecek 'Pencere' adlı oyunda usta oyuncu Haluk Bilginer'e Esra Bezen Bilgin eşlik ediyor.





Albüm

## Etnik ezgiler

Geleneksel Roman, Türk, Balkan, Hint ve Latin müziğine caz ve funk dokunuşları katan New York Gypsy All Stars grubu, ikinci albümleri 'Dromomania' ile müzik severlerin karşısında. Grubun müziği özellikle New Yorklu müzik eleştirmenleri tarafından "Hipnotize edici" olarak yorumlanıyor.

## Kahramanlık hikâyesi

Tom Hanks'in başrolünde olduğu, Clint Eastwood'un yönetmen koltuğunda oturduğu 'Sully', 15 Ocak 2009'da arızalanan yolcu uçağını Hudson Nehri'ne indirmeyi başaran pilot Chesley Sullenberger'in yaşadıklarını anlatıyor. Film, 9 Eylül'de vizyonda.



Sinema

## Hayat ışıgım

Derek Cianfrance, yeni filmi 'Hayat Işıgım'da Avustralya'nın izbe bir kıyısında deniz feneri bekçiliği yapan bir adam ve karısının öyküsünü anlatıyor. Film, M. L. Stedman'ın aynı adlı romanından beyazperdeye uyarlandı. Film, Eylül ayının ilk haftası vizyona giriyor.

Sinema



Albüm

## Zamansız şarkılar

Usta oyuncu Işıl Yücesoy, tam 37 yıl sonra Türk Pop müziğinin bıçak gibi keskin, kalbe dokunan şarkılarını 'Zamansız' albümünde yeniden yorumluyor. Yücesoy'un bir sürprizi de var; albüme adını veren şarkıda kendisine ünlü yönetmen Çağan Irmak eşlik ediyor.



Sinema

## Gizemli ev

Olağandışı ve gizemli karakterler söz konusuysa orada mutlaka dünyaca ünlü yönetmen Tim Burton vardır. Burton, aynı adlı romandan uyarladığı 'Bayan Peregrine'nin Tuhaf Çocukları'nda izleyiciyi fantastik bir dünyaya, Bayan Peregrine'nin sıradışı evine davet ediyor.



Konser

## Enerji deposu melodiler

İzleyicilerine bir saniye bile nefes aldırmadıkları enerji dolu canlı performanslarıyla dikkat çeken Beyrutlu indie rock grubu Mashrou' Leila, 30 Eylül'de Salon İKSV sahnesinde. Sarkastik, politik ve bir o kadar da eğlenceli bir konser müzik severleri bekliyor.



# OSLO

Norveç'e giden, hayran dönüyor. Başkent Oslo, ülkenin genelinden farklı olarak sadece çarpıcı doğasıyla değil, sanat, eğlence ve mimari anlayışıyla da iddialı. Şehri ziyaret etmeye niyetiniz varsa, otel listemize bir göz atın.

|                  | Grand Hotel                                                                                                   | Radisson Blu Scandinavia Hotel                                                                                                                                     | The Thief Hotel                                                                                                       | Smarthotel                                                                                                      |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  | GÖRKEMLİ                                                                                                      | LÜKS                                                                                                                                                               | İLGİNÇ                                                                                                                | UCUZ                                                                                                            |
| NEREDE?          | Şehir merkezindeki Kraliyet Sarayı'na 500 metre uzaklıkta; Stortinget metro istasyonunun yanı başında.        | Şehrin merkezi sayılabilecek Oslo Kraliyet Sarayı'na ve Opera Binası'na yürüme mesafesinde.                                                                        | Hareketli mekânların bulunduğu sahil şeridi Aker Brygge'ye beş, kent merkezi ve Ulusal Galeri'ye 15 dakika uzaklıkta. | Kraliyet Sarayı'na sadece iki dakikalık yürüme mesafesinde.                                                     |
| AMBIYANS         | 1874'ten bu yana hizmet veren görkemli otelin zevkli iç mimarisi, geçmiş ile bugün arasında denge kuruyor.    | Her tür ihtiyacın karşılandığı otel, yükseklik avantajını da kullanarak misafirlerine eşsiz bir Oslo manzarası sunuyor.                                            | Dekorasyon tipik otel çizgisinin çok dışında; her yer çağdaş sanat ve tasarım detaylarıyla bezeli.                    | Şık, sade bir görüntüye sahip.                                                                                  |
| KİMLER GİDER?    | Daha çok orta yaş ve üzeri çiftler ile aileler.                                                               | Çoğunlukla iş insanları.                                                                                                                                           | Zevk sahibi varlıklı gençler, yaratıcı sektörlerde çalışanlar.                                                        | Sık seyahat eden gençler ve orta yaşlılar.                                                                      |
| ODALAR           | Ev rahatlığındaki konforlu odaların her biri farklı tarzda.                                                   | Ferah, konforlu ve aydınlık.                                                                                                                                       | Tasarım harikası objeler her yerde. The Thief'in odaları rafine bir zevki yansıtıyor.                                 | Odalar küçük ancak çok işlevsel.                                                                                |
| YEME - İÇME      | Dört ayrı restoranı sadece otel misafirlerini değil, Oslo'da yaşayanları da ağırlayacak kadar iddialı.        | Kahvaltı Brasserie, öğle ve akşam yemekleri Enzo restoranlarında sunuluyor.                                                                                        | Otelin iki restoranından Fru K'un, Michelin yıldızlı restoranlardan transfer şefi, İskandinav klasiklerinde iddialı.  | Kahvaltıda iddialılar.                                                                                          |
| NEDEN GİTMELİ?   | Etkileyici bir ortamda tarihi Oslo'yu yaşamak için.                                                           | Bu sorunun cevabı, üst katların hayranlık verici manzarası olabilir.                                                                                               | The Thief, yüksek fiyatına rağmen konaklayanları memnun bırakıyor.                                                    | Fiyat Oslo şartlarına göre çok uygun. Ve buna rağmen birçok konuda eksiksiz hizmet veriyor.                     |
| NEDEN GİTMEMELİ? | Otelin yaşını gösterdiği yönünde şikâyetler var.                                                              | Odaların standart olarak fazla ısıtıldığı yönünde şikâyetler var.                                                                                                  | Çağdaş sanat ile aranız iyi değilse çok mutlu olmayabilirsiniz.                                                       | Odada fazla zaman geçirmeyi düşünüyorsanız sıkılabilirsiniz.                                                    |
| FİYAT            | <b>217</b> Euro                                                                                               | <b>195</b> Euro                                                                                                                                                    | <b>340</b> Euro                                                                                                       | <b>70</b> Euro                                                                                                  |
| İLETİŞİM         | Karl Johans Kapısı<br>31 – 0159<br>Telefon: +47 23 21 20 00<br><a href="http://www.grand.no">www.grand.no</a> | Holbergsgate 30 0166<br>Telefon: +47 23 29 30 00<br><a href="http://www.radissonblu.com/en/scandinaviahotel-oslo">www.radissonblu.com/en/scandinaviahotel-oslo</a> | Landgangen 1, 0252<br>Telefon: +47 24 00 40 00<br><a href="http://www.thethief.com">www.thethief.com</a>              | St. Olavs Kapısı 26 0166<br>Telefon: +47 415 36 500<br><a href="http://www.smarthotel.no">www.smarthotel.no</a> |



## Normalization will help textile breath again

World's sixth biggest textile and ready-made garment exporter, Turkey sells products to nearly 200 countries. The normalization climate in mutual relations with Russia, Israel, Syria and Iran seems to allow textile

industry to breath again. Underlining that especially in Russia and Iran there is a large group that can purchase wool fabrics and garments, Turkish Textile Employers' Association (TTSİS) Board member and Turkish Union of Chambers

and Commodity Exchanges (TOBB) Ready Made Garment Council Member Ali Osman Kilitçioglu underlines that Turkey has a market in both of these countries, however they remain cautious due to general fluctuations in the world and that this obstructs the quick progress in all markets. With the sanctions now removed, Iran is another market that offers opportunities for Turkey. Turkey is the third biggest textile exporter to Iran after UAE and China. Despite local demand, the problems in machinery spare parts due to competition with foreign producers and sanctions caused a reduction in Iran's local textile production. Paralelly, fabric and garment import of the country follows an upward trend since the last 10 years. It is expected that the decrease in sanctions may bring along opportunities and competition for textile industry.



## African aid to Russian 'Luggage' issue

Considered as the base of luggage trade, hot markets treat their wounds caused by Russia in three years with Central African countries. Especially turning towards Africa in Laleli and Osmanbey, businesses came stronger out of oil and jet crisis. Realizing the potential in Central Africa, textile traders see countries such as Ghana, Nigeria, and Cameroun as a great opportunity. The increasing African share in the market also shows that business world is reaping the fruits of its African expansion. Laleli market represents a good example with its transformation in this sense. While the Russians have 27% of the shares in Laleli, Africans have around 12%. Laleli merchants believe that Africans have a market potential of 25%. However, their primary goal



is to increase this rate up to 18%. Both Istanbul Ready Made Garment and Apparel Exporters' Association (İHKİB) and business associations in the market accelerate their efforts. Finally, an example of these efforts was revealed in 5th Laleli Shopping Festival organized by Laleli Industry and Business Association (LASİAD). Nearly

100 of the procurement committees coming to Turkey from 7 countries for B2B negotiations in the festival were from Ghana, Cameroun, Nigeria, Tunisia and Algeria. Searching for partners on site in Africa, LASİAD members state that contrary to Europeans; African procurers are less problematic in terms of coming to Turkey.

## Schools that train workforce and brain force

Textile and ready-made garment industries are labor-intensive industries. These industries require both workforce and brain force that will make designs and develop new products. Besides public universities such as Marmara University, Uludağ University, other foundation universities such as Işık University and İstanbul Trade University also launched Fashion and Textile Design programs and started training qualified workforce for textile and ready-made garment industries. Besides the universities that train intermediate staff for the industry, institutions such as Vakko Esmod Fashion Academy and İstanbul Fashion Academy (IMA) also train young designers that may allow Turkey to progress internationally in the field of design. Run and financed by European Union, Undersecretariat



of Foreign Trade and İTKİB; İstanbul Fashion Academy (İMA) was founded by İHKİB as part of Fashion and Textile Business Cluster. On the other hand, Vakko Esmod Fashion Academy Training Director Çiğdem Mete says that Vakko Esmod Fashion Academy aims to allow students find their own

ways and to create an infrastructure that will allow them to work actively in different areas such as design, management and communication. Academy also aims to train fashion professionals for Turkish fashion world and help Turkey become an active player in international fashion world.

## Omni-channel: New trend in textile and ready made garment

Recently, one of the most common marketing terms used in technology to retail is 'omni-channel' (single user experience). Even though this term is a trend in marketing, it asserts that today's marketing professionals should provide an excellent experience

independent from channel or devices. Briefly, omni-channel describes an approach that aims to interact with the consumers in all areas and provide a single experience to all users through all platforms by managing interaction through a single platform. Shortly,

omni-channel does not make a difference between online and offline management of these campaigns, but it can be described as centralizing the data coming from all channels. Recently, while textile and ready-made garment companies increase their turnover in digital environment, it is seen that they focus on this new marketing term. Textile and ready-made garment companies that will strengthen their position on the Internet make a difference with their omni-channel services. Also in Turkey, fashion retailers try to implement omni-channel processes by investing in different dimensions starting from different points. In fashion retail world where there are seasonal codes and where retailers try to sell with many stock codes for color and size, another way of optimally managing inventories is to implement omni-channel retail.







## EKİM

### SIB FURNITURE-WOOD EX SIBERIA

01.10.2016-01.10.2016  
Mobilya  
Novosibirsk/Rusya

### AUSA ANNUAL MEETING

03.10.2016-05.10.2016  
Savunma Sanayii  
Washington/ABD

### XXI FISP

05.10.2016-07.10.2016  
Güvenlik  
Sao Paulo/Brezilya

### TEXMED TUNISIA

05.10.2016-07.10.2016  
Tekstil ve Hazır Giyim  
Tunus/Tunus

### SIET – SALON INTERNATIONAL

05.10.2016-07.10.2016  
Tekstil Konfeksiyon  
Ekipmanları  
Tunus/Tunus

### FASHION INDUSTRY

06.10.2016-09.10.2016  
Giyim ve Tekstil  
St.Petersburg/Rusya

### INTERCASA CONCEPT

07.10.2016-11.10.2016  
Mobilya, Dekorasyon ve İç  
Tasarım Aydınlatma  
Lizbon/Portekiz

### INTERTEXTILE SHANGHAI

11.10.2016-13.10.2016  
Tekstil  
Şanghay/Çin

### MOBILA EXPO CONSTANTA

13.10.2016-16.10.2016  
Mobilya, Otel  
Ekipmanları ve İç  
Dekorasyon  
Köstence/Romanya

### INTERNATIONAL UZBEK COTTON & TEXTILE FAIR

13.10.2016-14.10.2016  
Pamuk ve Tekstil  
Taşkent/Özbekistan

### DESIGNERS AND AGENTS L.A.

17.10.2016-19.10.2016  
Hazır Giyim  
Los Angeles/ABD

### ABC KIDS EXPO

18.10.2016-21.10.2016  
Hazır Giyim  
Las Vegas/ABD

### CIPS CASPIAN

19.10.2016-22.10.2016  
Güvenlik  
Bakü/Azerbaycan

### EXPOTEXTIL PERU

20.10.2016-23.10.2016  
Tekstil Lima  
Peru

### ARAB CARPET & FLOORING EXPO

24.10.2016-27.10.2016  
Halı ve Yer Döşemeleri  
Abu Dhabi/BAE

### EXPORAIL

26.10.2016-28.10.2016  
Demiryolu  
Moskova/Rusya

### JAPANTEK

26.10.2016-28.10.2016  
Ev Tekstili  
Tokyo/Japonya

## KASIM

### INDO DEFENCE

02.11.2016-05.11.2016  
Savunma Sanayii  
Cakarta/Endonezya

### MOLDOVA FASHION

03.11.2016-06.11.2016  
Hazır Giyim ve Tekstil  
Kişinev/Moldova

### SALON DU MEUBLE BRUXELLES

06.11.2016-09.11.2016  
Mobilya ve  
İç Dekorasyon  
Brüksel/Belçika

### IFFT - INTERIOR LIFE STYLE LIVING

07.11.2016-11.11.2016  
Mobilya ve İç Dizayn  
Tokyo/Japonya

### SFITEX / SECURIKA

08.11.2016-10.11.2016  
Güvenlik  
St.Petersburg/Rusya

### NT EXPO

08.11.2016-10.11.2016  
Demiryolu  
Sao Paolo/Brezilya

### MODA & TEXTILE

10.11.2016-12.11.2016  
Moda  
Novosibirsk/Rusya

### DENIM BY PREMIERE VISION

16.11.2016-17.11.2016  
Hazır Giyim  
Barselona/İspanya

### PITTI IMMAGINE – MODAPRIMA

18.11.2016-20.11.2016  
Giyim ve Moda  
Floransa/İtalya

### MEBEL

21.11.2016-25.11.2016  
Mobilya  
Moskova/Rusya

### TINIMTEX

23.11.2016-27.11.2016  
Hazır Giyim ve Ayakkabı  
Köstence/Romanya

### TÜRKMENİSTAN PAMUK ÜRÜNLERİ VE DÜNYA PAZARI KONFERANSI

26.11.2016-27.11.2016  
Tekstil  
Aşkabat/Türkmenistan

### EXPONAVAL

29.11.2016-02.12.2016  
Savunma ve Denizcilik  
Valparaiso/Şili





**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](http://www.tekstilisveren.org.tr) [info@tekstilisveren.org.tr](mailto:info@tekstilisveren.org.tr)