TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 422 • HAZİRAN-TEMMUZ 2016

ŞİMDİ TOPARLANMA ZAMANI

TEKSTİL İŞVEREN
TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ
SAYI: 422 • HAZİRAN-TEMMUZ 2016

Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası

15 Temmuz 2016'da gerçekleştirilmeye çalışılan, ülkemizi ve toplumumuzu derinden sarsan darbe girişimi, devletin ve milletin direnişi ile engellenmiş ve tarihimize bir kara sayfanın daha geçmesinin önü alınmıştır.

Bu uğurda verilmiş olan sivil, asker, polis tüm şehitlerimize Allah'tan rahmet, yaralılara acil şifa, tüm halkımıza geçmiş olsun dileklerimizi sunuyoruz.

Türkiye Cumhuriyeti, geçmişte yaşadığı darbelerin izlerini uzun yıllar taşımış, demokrasisinin ve iç huzurunun aldığı ağır hasarın etkilerini yıllarca gideremeyiştir.

Türkiye'nin geleceğini belki de uzun süre ipotek altına alabilecekken önü kesilen bu girişimi şiddetle lanetlerken, ihracatın önde gelen sektörlerinden birinin temsilcileri olarak, ülkenin hızla normal yaşantısını sürdürür hale gelmesinin;

Ekonominin Çarklarının Dönmeye Devam Etmesinin, Darbeci Zihniyete Verilecek En Güçlü Cevap Olduğuna İnanıyoruz.

ŞİMDİ TOPARLANMA ZAMANIDIR

Bu doğrultuda göstereceğimiz inanç, dirayet ve yüksek çalışma azmi ile yurtdışındaki iş ortaklarımızda oluşan tereddüt algısını değiştirmek ve ilişkilerimizi eskisinden de kuvvetli hale getirerek ekonominin önünü açmak hepimizin tartışılmaz görevidir.

Bu nedenle ekonomiye, ihracata ve yatırımlara ivme katacak her türlü girişimin önünde koşmaya her zamankinden daha istekli ve kararlı olduğumuzu kamuoyuna saygıyla duyururuz.

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI

Tekstil İşveren Dergisi

Haziran-Temmuz 2016 Sayı: 422

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, Ceren Ermiş, 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

DB
DOĞAN BURDA DERGİ

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.

6 Kısa haberler

8 Aklımızda kalanlar

10 Dünyada çalışma hayatı

12 Prof. Dr. Kerem Alkin'den darbe girişimi sonrası ekonomi

14 İngiltere'nin radikal kararı: Brexit
Birleşik Krallık, Avrupa Birliği'nden ayrılıyor. Sürecin nasıl işleyeceğini hep beraber göreceğiz.

18 DEİK: Yeni AB'yi iyi analiz etmemiz gerek
Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Başkanı Ömer Cihad Vardan, Brexit sonrası süreçte oluşacak yeni AB'nin çok iyi takip edilip, iyi analiz edilmesi gerektiğine dikkat çekiyor.

22 Coats, Brexit sonrası fırsatlara dikkat çekiyor
Coats Yönetim Kurulu Başkan Vekili İlhami Öztürk "Brexit sonrası dönüşüm döneminde Türkiye kararlı adımlar atmalı" dedi.

26 Prof. Dr. Sadi Uzunoğlu, Brexit'in ekonomiye etkisini yazdı.

28 Dünyada marka satın almak için doğru zaman mı?
İngiltere, Fransa ve İtalya gibi ekonomisi yavaşlayan Avrupa ülkelerinde dünya markası satın almak için fırsatlar var.

32 "Türkiye'yi akıllı kıyafet sektörüyle tanıştırıyoruz"
Slothes İş Geliştirme Direktörü-Kurucu Ortağı Kadir Demircioğlu, Türkiye'de akıllı kıyafet yapan ilk firma olduklarını belirtiyor.

36 Faktoringde tekstilin payı artıyor
Ekonominin sıkıştığı dönemlerde doğru adresin faktoring olduğunu söyleyen sektör temsilcileri, sektörel bazda iş hacminde en büyük paylardan birinin de tekstil olduğunu ifade ediyor.

40 Mühendislik Terimleri Sözlüğü kullanıma açıldı
TÜBA Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğü Projesi kapsamında hazırlanan Mühendislik Terimleri Sözlüğü, on yılı aşkın süredir, iki yüzün üzerinde bilim insanının ortak çabaları ile oluşturuldu.

41 105. Uluslararası Çalışma Konferansı toplandı
ILO'nun 105. Uluslararası Çalışma Konferansı, 30 Mayıs-11 Haziran tarihlerinde Cenevre'de toplandı.

42 Dünyayı sürdürülebilirlik kurtaracak
Bir şirketin devamlılığı sadece kârına mı bağlıdır? Bu kâra katkıyı yalnızca CEO ve paydaşları mı sağlar? TBL raporlama sistemi, şirketleri bu gibi sorularla yüzleştiriyor.

46 Pamuk ipliği üretimi yeniden Manchester'da
Bir dönem pamuk ipliği üretiminin kalbi olan Manchester'da son pamuk ipliği fabrikasının kapanmasının üzerinden 30 yıl geçti. Ve şimdi, Manchester'da yeni bir kompakt iplik tesisi kuruluyor.

50 Çocuk giyim pazarı yükselişte
Çocuk giyim alanında faaliyet gösteren organize perakende markalarının sayısı artıyor. Ama pazarı hâlâ LCW domine ediyor.

54 Global pazarda çocuk giyimi satışları hızlı büyüyor
Global hazır giyim pastasından en büyük dilimi kadın giyimi alıyor. Pazarın en hızlı büyüyen kategorisi ise çocuk giyimi.

60 Mısır tekstil sanayiinde zor zamanlar
Mısır ekonomisinin temel unsurlarından tekstil ve hazır giyim sanayii güç kaybediyor.

62 IWTO'nun 86. Yıllık Kongresi'nin ev sahibi TTSİS
Uluslararası Yünlü Tekstil Birliği'nin 86. Yıllık Kongresi, 15-17 Mayıs 2017 arasında, TTSİS'in ev sahipliği ile İstanbul'da.

63 TTSİS'ten Bilimsel Teknik Komite
Tekstilde katma değer yaratabilecek bilimsel çalışmaların belirlenmesi için TTSİS'in artık bir 'Bilimsel Teknik Komite'si var.

64 İngilizce özetler

66 Fuar takvimi

IMF küresel büyüme tahminini düşürdü

Uluslararası Para Fonu (IMF), bu ve gelecek yıl için küresel büyüme tahminini İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılma kararının yarattığı belirsizlik nedeniyle düşürdü. Böylece IMF, son 15 ayda küresel büyüme tahminini beşinci kez düşürmüş oldu. Yayımlanan Küresel Ekonomik Görünüm raporunda, bu yılın ve 2017'nin küresel büyüme tahmini 0.1 puan indirilerek, sırasıyla yüzde 3.1'e ve yüzde 3.4'e indirildi.

Memur ve emekli maaşlarına zam

Memur maaş katsayıları yüzde 5'lik temmuz zammına göre yeniden belirlendi. 13'üncü derecenin 3'üncü kademesindeki memur maaşı, 2 bin 678 liraya yükseldi. 7'nci derecenin 1'inci kademesindeki öğretmen maaşı 3 bin 7 lira, 8'inci derecenin 1'inci kademesindeki polis memuru maaşı da 3 bin 818 lira oldu. Aile ve çocuk yardımı alan müsteşar maaşı 9 bin 498 liraya, genel müdür maaşı ise 8 bin 335 liraya çıktı. Devlet memurları ve sözleşmeliler, zamlı maaşlarını 15 Temmuz'da alacak. SGK ve Bağ-Kur emeklisi 9 milyon kişi de, temmuzdan itibaren yüzde 3.63 oranında zamlı maaş alacak. Kamu İktisadi Teşebbüsü'nde (KİT) sözleşmeli personel ücret tavanı da 5 bin 104.72 liraya yükseldi.

Vergi rekortmeni Arsel

Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı, 2015 yılında Türkiye genelinde en çok vergi beyan eden ilk 100 mükellefi açıkladı; ilk sırayı Vehbi Koç'un kızı Semahat Sevim Arsel aldı. Arsel, 45 milyon 157 bin 918.24 lira ile vergi rekortmeni olurken, onu 44 milyon 328 bin 231.80 lira ile yine Koç ailesinden Mustafa Rahmi Koç izledi. Arsel ve Koç'u, 35 milyon 853 bin 563.87 lira ile Şarık Tara takip etti. Geçen yılın kurumlar vergisi rekortmeni ise 2 milyar 350 milyon 350 bin 777 lira ile Merkez Bankası. Önceki yıl 38 kişi adının açıklanmasını istemezken, bu kez sayı 51 oldu.

Türkiye'ye kredi notu darbesi

Kredi derecelendirme kuruluşu Standard & Poor's, darbe girişiminin ardından Türkiye'nin kredi notunu BB+'dan BB'ye düşürdü; kredi görünümünü de 'durağan'dan 'negatif'e çevirdi. Türkiye'deki siyasi kutuplaşmanın kuvvetler ayrılığını yıprattığı yorumunu yapan S&P'a göre, darbe girişiminin ardından yatırımcılar bekleyebilir ve bu da ekonomiye sermaye akışını kısıtlayabilir. Bir diğer kredi derecelendirme kuruluşu olan Fitch de, değerlendirme yönteminde değişim kararı alarak, Türkiye dahil 23 ülkenin kredi notlarını değiştirdi. Türkiye'nin uzun vadeli yerel para cinsinden notunu BBB'den BBB-'ye düşüren Fitch, görünümü 'durağan' tutmayı sürdürdü. Fitch'in not basamaklarında BBB- kredi notu, 'yatırım yapılabilir düzey' olarak değerlendiriliyor. Uluslararası kredi derecelendirme şirketi Moody's ise, Türkiye'nin ekonomik büyümesinin darbe girişiminden önemli ölçüde etkilenme potansiyeline sahip olduğunu belirterek, ekonomik büyüme beklentisini yüzde 3'e düşürdü. Derecelendirdiği 17 Türk bankasını da 'negatif inceleme'ye alan Moody's, gözden geçirme sonunda her kurumun durumunu ayrı ayrı değerlendirecek.

1 milyon sürücüye prim iadesi

Yanlış hesaplanan zorunlu trafik sigortası primlerinin geri ödenmesi için yayımlanan genelgeye göre sigorta şirketleri, 1 Ağustos'tan itibaren ödemelere başlıyor. Tüketici Sorunları Derneği Sigorta Komisyonu Başkanı Taner Çağatay, geçen yıl ortalama yüzde 130 oranında artan primlerin yoğun şikâyetlere neden olduğunu, sürücülerin birçoğunun hiç hasar yapmamasına rağmen primlerdeki aşırı artıştan etkilendiğini belirtti. Haksızlık, sigorta şirketlerinin poliçe düzenlemesinden kaynaklandı. Bu hatalı poliçeler Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi tarafından tespit edilip, sigorta şirketlerine bildirildi. 1 Ağustos'ta poliçelerde zeyil yapılarak, iade tutarları direk sigortalıların banka hesap numaralarına veya kredi kartlarına iade edilecek. Söz konusu indirim, trafik poliçelerinde prim artışına dair bir iade değil, hasarsızlık uygulaması yapılması gerekirken yapılmayan poliçeleri kapsıyor. İade takriben 1 milyon sürücüyü etkileyecek.

Yatırımcıya, esnafa teşvik paketi

Başbakan Binali Yıldırım, yatırımcılar için teşvik paketini açıkladı. Pakette büyük yatırımcıya, esnafa, şehit yakınlarına ve Güneydoğu'daki operasyonlar nedeniyle mağdur olanlara önemli destekler var. Paket ana hatlarıyla şöyle: Şirket kuruluşlarında alınan damga vergilerinin sayısı teke düşecek; teknolojiye yatırım yapacaklara kolaylıklar gelecek; dükkân açıp kapatmak kolaylaşacak; uluslararası firmalar yönetim yeri olarak Türkiye'yi seçerse kurumlar vergisinden muaf olacak; taksi, dolmuş, minibüs, belediye ve halk otobüsü sahipleri araçlarını yenilerken ÖTV ödemeyecek; vatandaşlar yurtdışındaki varlıklarını rahatlıkla Türkiye'ye getirebilecek; kara para ya da terör kaynaklı para değilse "Nereden buldun?" diye sorulmayacak; yatırım için kullanılan arazilerden ÖTV alınmayacak; ihracatçılara yeşil pasaport verilecek; yatırım ve ihracat kredilerine erişim kolaylaştırılacak; Kalkınma Bankası tekrar faaliyete geçirilecek; 110 bin esnafın 392 milyon liralık temerrüt faizinin tamamını silinecek; esnaf borcunun sadece anaparasını ödeyecek.

Tüketici güveni düşüyor

Tüketici Güven Endeksi, üç aylık yükselişin ardından temmuz ayında yeniden geriledi. Türkiye İstatistik Kurumu ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası işbirliğiyle yürütülen tüketici eğilim anketi sonuçları ile hesaplanan tüketici güven endeksi, temmuz ayında bir önceki aya göre yüzde 3.5 azaldı; haziran ayında 69.43 olan endeks temmuz ayında 67.03 oldu. Tüketici güven endeksi 0-200 aralığında değer alabiliyor. 100'den büyük olması tüketici güveninde iyimser durumu, 100'den küçük olması kötümser duruma işaret ediyor.

Merkez'den faiz indirimine devam

Merkez Bankası, darbe girişiminin ardından temkinli bir adımla faiz koridorunun üst bandını 25 baz puan indirerek yüzde 8.75'e çekti, politika faizi ve alt bant değişmedi. Banka, geç likidite penceresi borç verme faiz oranını yüzde 10.50'den yüzde 10.25'e indirdi. Merkez Bankası, sıkı para politikası duruşunun ve alınan makro ihtiyati önlemlerin etkisiyle, yıllık kredi büyüme hızlarının makul düzeylerde seyrettiğini, dış ticaret hadlerindeki olumlu gelişmeler ve tüketici kredilerinin ılımlı seyrinin cari dengedeki iyileşmeyi desteklediğini belirtti.

TTIP bu yıl tamamlanabilir

Avrupa Birliği ve ABD arasında Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) müzakerelerinin 14'üncü tur görüşmeleri Temmuz ayında Brüksel'de yapıldı. Görüşmelerin sonunda AB Başmüzakerecisi İgnacio Garcia Bercero, "ABD tarafında anlaşmanın yapılması için siyasi irade mevcut. Bu anlaşmayı 2016 yılında tamamlayabiliriz" açıklamasında bulundu. Bercero yine de temkinli: "Anlaşmayı yıl sonunda tamamlayamazsak, hırslı bir anlaşmayı, mantıklı bir zamanda tamamlarız. TTIP'i ilerletebileceğimiz kadar ilerleteceğiz. Ama hedef bu yıl tamamlamak." ABD Başmüzakerecisi Daniel Mullaney de, savunma mekanizmaları, finansal sektörler, tekstil, kamu alımları, düzenleyici kurumlar gibi alanlarda görüşmeler yaptıklarını belirterek, "Hâlâ yapacak çok şey var. Her ticaret anlaşmasında olduğu gibi en zor konular en son çözülecek" değerlendirmesini yaptı. Mullaney, TTIP'le tüm ürünlerdeki gümrük vergilerini kaldırmak istediklerini belirtti. Müzakerelerde, AB ve ABD tarafı gümrük tarifelerini düşürmek konusunu ele alıyor. Görüşmeleri 2013 yılında başlayan TTIP'de anlaşma sağlanırsa, AB ve ABD piyasalarında şirketler daha rahat faaliyet gösterebilecek.

AB Dönem Başkanı artık Slovakya

Mayıs 2004 yılından beri AB üyesi olan Slovakya, altı ay sürecek AB Dönem Başkanlığı görevini 1 Temmuz'da Hollanda'dan devraldı. Bu görevi ilk kez üstlenen Slovakya'nın öncelikleri ve çalışma programı üç temel ilke doğrultusunda oluşturuldu: Somut sonuçlar elde edilmesi; birlik içinde parçalanmanın giderilmesi, vatandaşlara odaklanılması ve AB'nin sosyal boyutunun güçlendirilmesi. Slovakya'nın somut sonuç elde etmeyi hedeflediği dört öncelikli alan ise şöyle: Ekonominin güçlendirilmesi; Tek Pazar'ın modernizasyonu; sürdürülebilir göç ve sığınma politikası; AB'nin küresel düzeyde güçlendirilmesi.

AB-Gürcistan ortaklığı başladı

AB ve Gürcistan arasındaki Ortaklık Anlaşması, 1 Temmuz itibarıyla yürürlüğe girdi. 'Derin ve Kapsamlı Serbest Ticaret Alanı' diye adlandırılan anlaşma, gümrük tarifeleri ve kota uygulamalarının ortadan kaldırılmasını, ticaretle ilgili yasalar ve yasal düzenlemelerde Gürcistan'ın AB düzenlemelerine yaklaşmasını sağlıyor. Anlaşma ile Gürcistan, AB Tek Pazarı'na daha fazla entegre olacak. Anlaşmanın büyük kısmı 1 Eylül 2014'te geçici kabul ile yürürlüğe konulmuştu. Bu tarihten beri Gürcistan'ın AB'ye ihracatı yüzde 16 arttı. En önemli ihracat kalemleri ise kivi, ceviz, sarımsak, yaban mersini, şarap, petrolden üretilen yağlar ve bakır.

Tay Group'tan Cezayir'e dev tekstil kompleksi

Tay Group, tekstil ihtiyacının yüzde 90'ını ithal eden Cezayir'de, Avrupa ve Doğu Akdeniz havzasının en büyük tekstil üretim tesisini inşa ediyor. Relizane vilayeti Sdi Khettap endüstri bölgesinde Cezayir devletinin ortaklığı ile kurulan TAYAL SPA, 250 hektar arazi üzerine yayılacak Organize Tekstil Sanayi Bölgesi ile ülke ekonomisine dinamizm kazandıracak. Haziran 2016'da temeli atılan kampüs, üç ana etaptan oluşacak. 2018 sonunda tamamlanacak ilk etapta 10 bin kişiye; 10 sene içinde de kademeli olarak 25 bin kişiye istihdam yaratılacak. Çevreci ve yeşil teknolojiyle inşa edilecek kampüsün ilk etabının tamamlanmasıyla, yılda 30 milyon metre denim kumaş, 15 milyon metre gabardin ve gömleklik kumaş, 5 bin ton örme kumaş, 30 milyon adet giysi üretimi hedefleniyor. Bu, Cezayir ekonomisi için yıllık 300 milyon dolarlık katkı demek. Bu katkının, 10 yıl sonunda 1 milyar dolara çıkması bekleniyor.

Türkiye'nin pamuk üretimi artıyor

Devletin destek primi bekleneni verdi; Türkiye'nin pamuk üretimi yükselişe geçti. Geçen sezon 65 kuruş olan destekleme prim miktarının 75 kuruşa çıkarılmasıyla beraber, üretici kısa vadede ekim alanlarında pamuk üretimini tercih etti. Ulusal Pamuk Konseyi Başkanı Barış Kocagöz, "Bu yıl ilk kez dünya fiyatlarında ciddi bir artış olmamasına rağmen Türk pamuk ekim alanlarında artış gözlemliyoruz. Bu, açıkça, doğru politikaların başladığının işareti ve meyvesidir" dedi. Özellikle Nazilli, İncirliova ve Manisa gibi pamuğu tamamen terk eden bölgelerde yeniden pamuk üretimine dönüş olduğunu kaydeden Kocagöz, bu sezon üretim artışının ülke genelinde yüzde 20'ye yakın olmasını öngörüyor.

Marie Claire, Hint pazarına giriyor

Fransız yaşam tarzı markası Marie Claire, Hindistan tasarım ekibinin yarattığı bir hazır giyim koleksiyonu ile haziran itibarıyla Hint pazarına girdi. Hint imalat firması Epic Brands ile girişimde bulunan markanın ürünleri, başlangıçta sadece online mağazalarda satılacak, ardından mağazalarda satışa sunulacak. Marie Claire, Hindistan'da 2020'ye kadar 20 mağaza ve çeşitli markaların bir arada satışa sunulduğu 200 mağazaya kadar genişlemeyi hedefliyor.

Brexit'in Hindistan'a etkisi

İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkma kararı alması, Hindistan'da marjinal etkiler yaratabilir. İngiltere, Hint elyaf ve iplik sanayii için büyük bir pazar. 2015-16 yıllarında bu pazara 14.7 milyon dolar değerinde elyaf (doğal ve suni-sentetik), kesikli ve kesiksiz liflerden eğrilmiş iplik ihracatı yapıldı. Durumdan özellikle Hint hazır giyim ihracatçıları endişeli; İngiltere ile bir serbest ticaret anlaşması yapılmasını istiyorlar. Hindistan'ın hazır giyim ihracatının yüzde 46'sı Avrupa'ya yapılıyor. Avrupa içerisinde İngiltere'nin payı ise yüzde 40. Hindistan, Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi kapsamında AB'de yüzde 12.5 gümrük vergisi avantajına sahip.

Denim sanayiinde robotlar işbaşında

Denim sanayiinde faaliyet gösteren VAV Technology firması, sağlık ve güvenlik açıklarına karşı, insanın el hareketlerini mükemmelen taklit eden iki yeni robot piyasaya sürdü. İki yeni robot, özellikle kumlama işlemi sonrası yapılan ve insan sağlığına olumsuz etkileri bilinen potasyum permanganat uygulaması aşamasında etkili olacak. Eraser MD48 Scraping Robot, insan elini bire bir taklit ederek aşındırma işlemi yapıyor; Da Vinci OB48 Spraying Robot de PP uygulamasında tüm görevi üstleniyor.

Namibya, tekstil üretimi yaptıracak firma arıyor

Güney Batı Afrika'da yer alan Namibya'dan bir firma, Türkiye'de kendi logosuyla üretim yapabilecek tedarikçi firma arıyor. Firmaya bu linkten ulaşabilirsiniz: http://www.turkishexporter.net/en-US/Leads/330798_looking-for-clothes-manufacturers-for-namibia

Kenya'dan otel tekstilleri ithalat talebi

Türk havlu ve bornozları dünya pazarında lüks birer prestij ürünü muamelesi görüyor. Türkiye'nin ev tekstili ürünleri arasında açık ara ihracat birincisi olan Türk havlu ve bornozlarına, tüm dünyadan olduğu gibi Afrika pazarından da ilgi var. Son olarak, Kenyalı bir firma, Türkiye'den otel tekstilleri, havlu ve bornoz ithal etmek istediğini duyurdu. Firmaya bu linkten ulaşabilirsiniz: http://turkishexporter.net/en-US/Leads/327796_kenya-based-company-interested-in-hotel-textiles

Bilgi için: Ceren Ermiş, ceren.ermis@tekstilisveren.org.tr, Tel: (0212) 344 07 77

Euro alanında işsizlik oranında düşüş

Euro alanında (AB19) mevsim etkisinden arındırılmış işsizlik oranı, 2016 yılı Mayıs ayında, bir ay önceki yüzde 10.2'ye ve bir yıl önceki yüzde 11'e kıyasla düşüş kaydederek, yüzde 10.1 oldu. AB28'de ise işsizlik oranı 2016 yılı Mayıs ayında yüzde 8.6 olarak gerçekleşti ve bir ay önceki yüzde 8.7'ye ve bir yıl önceki yüzde 9.6'ya göre düşüş gösterdi. Bu işsizlik oranı, AB28'de 2009 yılı Mart ayından beri kaydedilen en düşük işsizlik oranı. Eurostat tahminlerine göre, AB28'de 2016 yılı Mayıs ayında 21 milyon 84 bin kişi işsiz. 2016 yılı Nisan ayı rakamları ile karşılaştırıldığında, işsiz sayısının 96 bin kişi azaldığı görülüyor. AB ülkeleri arasında en düşük işsizlik oranları Çek Cumhuriyeti'nde (yüzde 4.0), Malta'da (yüzde 4.1) ve Almanya'da (yüzde 4.2) kaydedildi. En yüksek işsizlik oranları ise Yunanistan'da (yüzde 24.1) ve İspanya'da (yüzde 19.8) gözlendi.

Dev şirketlerden engellilere taahhüt

Dört büyük uluslararası şirket; BNP Paribas, IBM, Repsol ve Sodexo, engellilerin çalışma hayatına dahil olmasını destekleyen Global İş Dünyası ve Engelliler Ağı Sözleşmesi'ni imzaladı. Paris'te imzalanan anlaşma, söz konusu şirketlerin dünya genelinde engellileri çalışma hayatına dahil etme ve destekleme taahhüdünü ifade ediyor. ILO Genel Müdürü Guy Ryder, engelliler için insana yakışır iş imkânları sağlanmasının ILO'nun temel amaçlarından biri olduğunu ve bu hususta özel sektörün aktif katılımına ihtiyaç duyulduğunu vurguladı. Anlaşmayı 2015 yılı Ekim ayında Cenevre'de 11 global şirket imzalamıştı.

Amerikalı çıraklar yetişiyor

ABD Çalışma Bakanlığı, çıraklık eğitimini ilerletmek üzere ABD Çıraklık Sanayi Sözleşmesi'ni ilan etti. Çıraklık fonundaki 90 milyon doların bir kısmı 'öğrenirken kazan' modelini ülke çapında geliştirmek için kullanılacak. Kayıtlı çıraklık eğitimi programlarının sayısını ülke çapında iki katına çıkarma çabaları kapsamında, ABD Çalışma Bakanlığı, ulusal örgütlere, sanayilerinin mesleki eğitim ve beceri gereksinimlerini karşılayacak çıraklık eğitimi programları başlatmak üzere azami 12 adet ABD Çıraklık Sanayi Sözleşmesi'nin uygulanabileceğini duyurdu. ABD Çalışma Bakanlığı, çıraklık eğitimi uygulayan işverenlere mali ve teknik destek sağlayacak olan ulusal örgütlere hem tek hem de çoklu sanayi sözleşmelerini uygulama kararı verecek. Tek sanayi sözleşmeleri sağlık hizmeti, inşaat, ulaşım ve lojistik, enerji, imalat, bilişim ve iletişim teknolojisi sektörlerinde çıraklık eğitimi programlarının geliştirilmesini destekleyecek. Bakanlık, farklı sektörlerden işverenlere çıraklık programlarını geliştirmelerinde ve usta işçiler yetiştirme çalışmalarında yardımcı olmak için, azami dört adet çoklu sanayi sözleşmesi uygulama kararı alacak.

Zorla çalıştırmaya karşı Mali'den adım

Tüm dünyada zorla çalıştırma mağduru olan 21 milyon kişi bulunuyor. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) bu istismarın yılda 150 milyar dolar yasadışı kazanç yarattığını tahmin ediyor. Mali, bu alanda bir adım atarak, insan ticareti dahil tüm zorla çalıştırma şekilleriyle mücadeleye ilişkin Zorla Çalıştırma Protokolü'nü onayladı. Bu alanda resmi taahhütte bulunan ilk devletler Nijer, Norveç, İngiltere ve Moritanya'ydı. 2014 yılında Uluslararası Çalışma Konferansı'nda büyük bir çoğunluğun oylarıyla kabul edilen protokol, 1930 tarihli ve 29 Sayılı Zorla Çalıştırma Sözleşmesi'ni tamamlıyor. Protokol, zorla çalıştırmanın engellenmesi için etkin tedbirler alınmasını ve mağdurlar için koruma ve yasal çözüm yollarına erişim imkânı sağlanmasını şart koşuyor. ILO'nun Temel Çalışma İlkeleri ve Hakları Bölüm Şefi Beate Andrees, Mali'nin protokolü onaylamasının diğer Afrika ülkelerine kuvvetli bir mesaj olduğunu vurguladı.

AB diyaloğu güçlendirmeye çalışıyor

Euro ve Sosyal Diyalogdan sorumlu Avrupa Komisyonu Başkan Yardımcısı Valdis Dombrovskis ile İstihdam, Sosyal İşler, Beceriler ve İşgücü Hareketliliğinden sorumlu Avrupa Komisyonu Üyesi Marianne Thyssen, 'sosyal diyalog için yeni bir başlangıç' konulu bildiriyi, 27 Haziran'da imzaladı. Bildiri aynı zamanda Avrupa'nın sektörler arası sosyal ortakları (ETUC, BusinessEurope, UEAPME, CEEP) ve Avrupa Birliği Konseyi Hollanda Başkanlığı tarafından da ortaklaşa imzalandı. Bildiri, AB istihdam ve sosyal politika oluşturma sisteminin önemli bir bileşeni olarak, Avrupa sosyal diyaloğunun temel rolünü vurguluyor. AB seviyesinde ve ulusal seviyede sosyal diyaloğu daha çok güçlendirmek amacıyla, bildiriyi imzalayan tarafların gerçekleştirmesi gereken eylemleri tanımlıyor.

"AB üyeleri birbirinden uzaklaşıyor"

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) 'Avrupa'nın Yakınlaşması İçin Sosyal Bir Temel İnşa Etmek' başlıklı yeni araştırması, eğer iyi yönetilmezse, istihdam yapısındaki hızlı değişimler, beceri gereksinimleri ile artış gösteren yoksulluk seviyesi ve eşitsizliğin AB'ye üye devletlerde farklılıkları artıracağı ve Avrupa entegrasyon projesine zarar vereceği uyarısında bulunuyor. İşsizlik, yoksulluk oranları ve kişi başına GSYH gibi temel göstergeleri kullanan araştırma, AB üyelerinin sosyo-ekonomik bakımdan birbirlerinden uzaklaştığını ortaya koydu. Araştırmaya göre, mali ve ekonomik kriz de AB ülkeleri arasındaki uçurumu genişletti. 2007'de AB'de en yüksek ve en düşük işsizlik oranları yaklaşık 3'e 1 iken (Slovakya ve Danimarka arasında), en son rakamlar bu orantının 5'e 1'i aştığını gösteriyor (Yunanistan ve Almanya arasında). ILO Brüksel Ofisi'nin Müdürü Claire Courteille-Mulder, AB'nin halen devam eden inşasına politik ve toplumsal destek için, sosyo-ekonomik şartların iyileştirilmesinin gerekli olduğunu ifade etti.

OECD birim işgücü maliyeti artışında yavaşlama

OECD ülkelerinde birim işgücü maliyeti artışı, 2016'nın birinci çeyreğinde, 2015'in dördüncü çeyreğindeki yüzde 0.6'ya kıyasla, yavaşlayarak yüzde 0.5 oldu. Başlıca OECD ülkeleri arasında ABD, birim işgücü maliyetinin kuvvetli şekilde artmaya devam ettiği tek ülke oldu (2015'in son çeyreğinde yüzde 1 ve 2016'nın birinci çeyreğinde yüzde 1.1 artış). Diğer büyük OECD ülkelerinde birim işgücü maliyeti ya düşüş gösterdi ya da daha yavaş hızla arttı. Kanada'da, 2015'in son çeyreğindeki yüzde 0.7 artışa kıyasla 2016'nın birinci çeyreğinde yüzde 0.1 düşüş gösterdi. Japonya'da da yüzde 0.1 oranında düşüş kaydedildi. İngiltere'de birim işgücü maliyeti artışı yavaşlayarak yüzde 0.2 oldu. Euro alanında da birim işgücü maliyeti artışı 2015'in dördüncü çeyreğindeki yüzde 0.3'e kıyasla 2016'nın birinci çeyreğinde yavaşlayarak yüzde 0.1 oldu.

ILO'dan Latin Amerika'ya "toparlan" uyarısı

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) yeni raporu, Latin Amerika'ya yönelik önemli uyarılar içeriyor. Rapora göre, bölgede sosyal içerme ve çalışma kalitesi alanında 2000'lerden bu yana gerçekleştirilen başarılar durdu, hatta gerilemeye başladı. Bunun işgücü piyasalarında tehlikeli bir yapısal durgunluğa yol açabileceğini belirten rapor, böylesi bir tablonun eşitsizlik ve kayıt dışılığı artırıp, orta sınıfın erozyonuna sebep olabileceği konusunda uyarıyor. ILO'nun Latin Amerika ve Karayipler Bölge Müdürü José Manuel Salazar, ekonomik durgunluğun 2016'da ve gelecek yıllarda bölgede işgücü piyasalarını etkileyeceğini belirtti. Rapor, bölge ülkelerinin ekonomik durgunluktan çıkışta, aktif işgücü piyasası politikalarına dayalı yeni bir stratejiye ihtiyacı olduğunun altını çiziyor.

Bilgi için: Lerzan Öztürk, lozturk@tekstilisveren.org.tr, Tel: (0212) 344 07 77

Türkiye bu süreçten ‘tartışmasız’ güçlenerek çıkacak

PROF. DR. KEREM ALKİN
MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ

93 yıllık Cumhuriyet tarihinin en zor, en kalbimizi sıkıştıran, en ciğerimizi dağlayan bir gecesini, 15 Temmuz Cuma akşamını, 16 Temmuz Cumartesi sabahına bağlayan gecede yaşadık. Türk Silahlı Kuvvetleri’nin emir-komuta zincirinden kopuk olarak, ülkede yönetimi ele geçirmeye çalışan silahlı bir grubun girişimi ile başlayan kalkışma, darbe girişimi, çok şükür ki başarısızlıkla sonuçlandı. Darbe girişiminin ilk saatlerinde, her şey büyük bir belirsizlik içindeyken, 16 Temmuz Cumartesi sabaha karşı 02:30’da, dolar-TL kurunun 3.32-3.34 TL düzeyini dahi test ettiğini gözlemlerken, 16 Temmuz Cumartesi sabahı, saat 6:30’da Boğaz Köprüsü’nde konuşlanmış olan darbeye katılmış askerlerin teslim olmaya başlaması ve kalkışmanın büyük ölçüde bastırıldığına dair haberlerle dolar-TL kuru 3.00-3.02 TL bandına kadar gerilemişti. Türk ve dünya siyaseti açısından en inanılmaz olanı başaran Türk halkının iradeli duruşu ile bastırılan darbe girişiminin yurtiçi piyasalar üzerindeki olası etkisinin en düşük düzeyde tutulmaya çalışıldığı bir dönemi yaşıyoruz. ‘TL’ye sahip çık’ çağrısı, Başbakan Binali Yıldırım’ın paylaştığı bir veri olarak, Türk halkı ve iş dünyasının döviz mevduat hesaplarından 8 milyar dolar döviz bozdurmasını sağladı.

18 Temmuz Pazartesi günü, ekonomi yönetimimizin proaktif adımları ve Merkez Bankası’nın piyasada olası Türk Lirası sıkışıklığını gidermeye yönelik 7 maddelik tedbirleri sayesinde ve yine ekonomi yönetiminin cesaretle, pazartesi günü para ve sermaye piyasalarının açılmasına karar vermesi ile bu derece ağır bir olayın ardından yurtiçi piyasalar haftaya çok iyi başladı. Ancak, 18 Temmuz Pazartesi, uluslararası derecelendirme kuruluşu Moody’s’in ‘not indirebilirim’ yönündeki erken tavrı ve Standart and Poors’un, ‘siyasi’ amaçlı bir adım izlenimi veren not indirimi sonrasında dolar-TL kurunun bir ara 3.10 TL düzeyine yaklaştığını bile gözlemledik. Sonrasında ise dolar-TL kurunun yeniden 3.03 TL düzeyine doğru yumuşadığına da şahit olduk. Tüm bu süreçte, piyasaların daha ağır bir tepki vermemesinde TOBB ve bağlı ticaret ve sanayi odaları ile ticaret borsa yönetimlerinin, TİM ve bağlı ihracatçı birlikleri yönetimlerinin, işveren ve işçi sendikalarının ‘birlik ve beraberlik’ mesajları da etkili oldu.

Türkiye bu süreci de başarıyla atlatacak

Hiçbir ülkenin kolay kolay atlatamayacağı bir siyasi travmanın yaralarını, milletiyle, meclisiyle, hükümetiyle hızla kapamaya çalışan Türkiye’nin gelecekte böyle bir siyasi travmayı bir kez daha yaşatmaması adına, tüm tehlikeli kadroların temizlenmesi ve Türk demokrasisini, Meclis’imizi koruyacak tedbirleri seri bir şekilde almak adına, Türkiye, aynen Fransa’nın yaptığı gibi, ‘olağanüstü hal’ ilan etti. Başbakan Yıldırım, OHAL’in millete değil hükümetin ve devletin kendisine ilan edildiği noktasında önemli mesajlar verdi ve Başbakan Yardımcıları Mehmet Şimşek ve Numan Kurtulmuş hem iç ve dış ekonomi çevrelerine hem de dış basına konuyu çok net izah ettiler.

Fethullahçı Terör Örgütü’nün (FETÖ) darbe girişiminin ardından borsada işlem gören şirketlerin piyasa değeri 1 haftada 78 milyar lira eridi. Borsa İstanbul’da işlem gören şirketlerin piyasa değeri 15 Temmuz Cuma günü kapanışta yaklaşık 634 milyar lira olarak gerçekleşirken bu rakam 22 Temmuz Cuma günü 556 milyar liraya geriledi. Zararın büyük kısmı borsanın piyasa değeri en büyük 20 şirketine yazıldı. Söz konusu 20 şirketteki kayıp 49.9 milyar lirayı bulurken, Borsa İstanbul, takip eden 25 Temmuz haftasına daha iyi bir başlangıç yapmış gözüküyor.

İyimser senaryo, en geç 1.5 - 3 ay arasında OHAL’ın kalkması ile Türkiye’de yaşamın normale dönmesini, durağan senaryo ise 3 ayın sonunda, OHAL’in bir 3 ay daha uzatılmasını barındırıyor.

İyimser-durağan senaryo karışımı olabilir

Elimizde, bu menfur darbe girişimi sonrası iyimser ve durağan olmak üzere iki senaryo var. İyimser senaryo en geç 1.5 - 3 ay arasında OHAL’ın kalkması ile Türkiye’de yaşamın normale dönmesini, durağan senaryo ise 3 ayın sonunda, OHAL’in bir 3 ay daha uzatılmasını içinde barındırıyor. İyimser senaryoda, hem Moody’s, hem de Fitch, Türkiye’nin uluslararası derecelendirme notunu ‘yatırım yapılabilir ülke’ düzeyinde korurken, durağan senaryo setinde Moody’s 5 Ağustos’ta not indirebilir; ancak Fitch 19 Ağustos’ta notu koruyabilir. İyimser senaryoya göre, dolar-TL kuru, önce 3.00-2.96 TL, sonrasında 2.96-2.90 TL bandına kadar gevşeyebilir. Ancak, durağan senaryoda, bir ‘yatırım yapılabilir ülke’ notunun kaybedilmesi dahi Türk hisse senedi ve tahvillerinden 4-5 milyar dolarlık ek bir çıkışa sebep olabilir. Net sermaye çıkışı ise dolar-TL kurunu 3.10-3.20 TL bandına getirme riski taşıyor. Bu durumda TL’deki zayıflamanın enflasyon üzerindeki etkisi artabilir.

Durağan senaryonun gerçekleşmesi halinde Türk bankaları, özel sektör ve Hazine açısından tahvil yoluyla iç ve dış borçlanmanın maliyetleri ister istemez artacaktır. Hazine’nin tahvil borçlanma faiz aralığı yüzde 11-13’e yükselir. Bununla birlikte, en azından ‘yatırım yapılabilir ülke’ notunun korunmuş olması Türkiye’nin, bir miktar daha pahalıya da olsa, dış borçlarını çevirmesini ve Türk ekonomisinin ciddi bir sıkışma yaşamamasını sağlar. Rusya ile ilişkilerdeki hızlı düzelmenin turizm sektörüne sağlayacağı olumlu etki, menfur darbe girişimi nedeniyle bir miktar çentiklense de, özellikle yılın son 4 ayında bir toparlanma sağlayabilir. Durağan senaryoya göre ise OHAL bir 3 ay daha uzatılır ise bu durumda 2016 yılı turizm gelirlerinde yüzde 40’lara varan gelir kaybı anlamına gelir ve yıl sonuna doğru cari işlemler açığının bir miktar arttığına şahit olabiliriz.

5 ve 19 Ağustos’ta Moody’s ve Fitch, Türk ekonomisinin hak ettiği gibi açıklamalar yaparlar ise en geç sonbahar başı bu yoğun çabaların olumlu sonuçlarını Türk ekonomisinde görmeye başlarız.

İyimser senaryoda, kısa bir duraklama sonrası, üretim ve ihracat hızla devam eder. Türk gümrüklerinde hiçbir sorun yaşanmaz; firmalar ihracat terminlerini zamanında teslim ederler. Bu durum, yılın 3. ve 4. çeyreğinde, Türk ekonomisindeki üretim ve büyüme verilerine olumlu yönde yansıyabilir. Bu durumda küresel sıkıntılar ve menfur darbe girişimine rağmen olumlu senaryoda, Türk ekonomisi yılı rahatlıkla yüzde 3 ile 3.5 arası bir büyüme ile kapatabilir. Buna karşılık durağan senaryoda vatandaşımızın süregelen huzursuzluğu ve endişe, yurtiçinde hane halkı tüketim harcamalarına yansır ve Türk ekonomisinin büyümesine en önemli katkıyı sağlayan hane halkı tüketim harcamalarında bir yavaşlama gözlenir ise özel sektör yatırımlarında da ciddi bir yavaşlamaya bağlı olarak, bu tablo Türkiye’nin büyüme sürecini yüzde 1.75-2.5 bandına getirebilir. Hükümetin büyük kamu yatırımları ile büyümeye yapmış olduğu katkı, Türk bankacılık sektöründe gözlenebilecek sıkışmaya bağlı olarak kısmen yavaşlayabilir.

Benim görüşüm, iyimser ve durağan senaryonun yarı yarıya geçerli olduğu bir durum yaşayabileceğimiz yönünde. Bununla birlikte, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın ‘mali disiplinden asla taviz verilmeyecek’ mesajları, Başbakan Yıldırım’ın yeni bir 10 milyar dolarlık varlık fonu kurulacağı ve ekonomik reformlara yönelik açıklamaları ve başta Başbakan Yardımcısı Şimşek, ekonomiyle ilgili bakanların yurtiçi ve yurtdışı ekonomi ve finans çevreleriyle temasları, telekonferanslar, Türkiye’nin bu hain saldırının yaralarını sarmak konusunda ciddi mesafe kat edeceğini gösteriyor. Eğer 5 ve 19 Ağustos’ta Moody’s ve Fitch, Türk ekonomisinin hak ettiği gibi açıklamalar yaparlar ise en geç sonbahar başı bu yoğun çabaların olumlu sonuçlarını Türk ekonomisinde görmeye başlarız.

HABER

Birleşik Krallık'ın şok kararı sonrası, ilk önce hükümette taşlar yerinden oynadı.

İngiltere'nin radikal kararı

BREXIT

Birleşik Krallık, bundan 43 yıl önce Muhafazakâr Parti döneminde Avrupa Ekonomik Topluluğu'na üye olmuştu ve şimdi, yine bir Muhafazakâr Parti hükümeti döneminde birlikten ayrılıyor. Bu, Avrupa Birliği'nin 58 yıllık tarihinde bir ilk, dolayısıyla sürecin nasıl işleyeceğini hep beraber göreceğiz. Öncesinde, buraya nasıl gelindiğini hatırlayalım.

İngiltere'deki "AB'den ayrılalım" sesleri, son yıllarda başta aşırı sağcı Birleşik Krallık Bağımsızlık Partisi (UKIP) olmak üzere, iktidardaki Muhafazakâr Parti'nin neredeyse yarısı ve İşçi Partisi'nin bazı milletvekillerinden yükseliyordu. Ayrılık yanlıları, tezlerini şu noktalarda yoğunlaştırıyor:

Egemenlik (İngiltere'nin kendi yasa ve düzenlemeleri üzerindeki kontrolünün artması ve bürokrasinin azalması)

Göç dalgası (İngiltere'nin kendi sınırları üzerinde tam kontrol sahibi olması, ülkeye çalışmak ve yaşamak için gelenlerin sayısının azaltılması)

Para (İngiltere'nin her yıl AB'ye yaptığı 19 milyar sterlinlik ödemenin sona ermesi)

AB'nin genişlemesi (İngiltere'nin yeni üyelerin masraflarından kaçınması ve birlik kurallarından bağımsız olarak ülkeye kimin gireceğini kontrol edebilmesi)

İngiltere, Galler, İskoçya ve Kuzey İrlanda'dan oluşan Birleşik Krallık'taki AB yanlıları ise, birlikte kalmanın ticareti kolaylaştırıcı etkisi ile çoğu genç ve çalışmaya istekli göçmenlerin ekonomik büyümeye katkısına vurgu yapıyor; "AB'den çıksak bile ortak pazarda kalabilmek için serbest dolaşımı kabul etmemiz gerek" görüşünü dile getiriyor. AB yanlıları ayrıca, birlikten çıkmanın ülkenin küresel konumunu zedeleyeceğini, hayati kararlarda İngiltere'nin etkisini azaltacağını savunuyor. Büyük şirketlerin çoğu da, AB'nin sağladığı hareket kolaylığından memnun.

Lizbon Antlaşması'nın 50. Maddesi

1 Her üye devlet, kendi anayasal kurallarına uygun olarak Birlik'ten çekilmeye karar verebilir.

2 Çekilme kararı alan üye devlet, niyetini Avrupa Birliği Zirvesi'ne bildirir. Birlik, söz konusu devletle, Avrupa Birliği Zirvesi tarafından belirlenen yönlendirici ilkeler ışığında, bu devletin Birlik ile gelecekteki ilişkisinin çerçevesini dikkate alarak, çekilmeye ilişkin kuralları belirleyen bir anlaşmayı müzakere eder ve akdeder. Bu anlaşma, Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Antlaşma'nın 218. Maddesi'nin 3. paragrafına uygun olarak müzakere edilir. Anlaşma, Birlik adına, Avrupa Parlamentosu'nun muvafakatini aldıktan sonra, nitelikli çoğunlukla hareket eden Konsey tarafından akdedilir.

3 Antlaşmaların ilgili üye devlete uygulanması; çekilme anlaşmasının yürürlüğe girdiği tarihte, bunun gerçekleşmemesi halinde, Avrupa Birliği Zirvesi oybirliğiyle ve ilgili üye devletle mutabık kalarak süreyi uzatmadığı takdirde, 2. paragrafta belirtilen bildirimden iki yıl sonra sona erer.

4 2 ve 3. paragrafların amaçları doğrultusunda, çekilen üye devletin Avrupa Birliği Zirvesi'ndeki veya Konsey'deki temsilcisi, Avrupa Birliği Zirvesi veya Konsey'de kendisini ilgilendiren görüşmelere ve kararlara katılamaz. Nitelikli çoğunluk, Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Antlaşma'nın 238. Maddesi'nin 3. paragrafının (b) bendine göre belirlenir.

5 Birlik'ten çekilen bir devlet Birliğe yeniden katılmak isterse, talebi 49. Madde'de belirtilen usule tabi olur.

David Cameron, Brexit kararı sonrası başbakanlık görevini bıraktı.

Muhafazakar Partili Boris Johnson, Brexit kampanyasının başını çekiyordu.

Brexit yanlılarının kutlaması...

Bu karşıt tezlerin çarpıştığı bir ortamda, AB yanlısı Başbakan David Cameron, konuyu halk oylamasına götürme vaadini seçim manifestosuna koydu. Nihayetinde referandum, 23 Haziran günü, 382 seçim bölgesinde gerçekleştirildi.

Birleşik Krallık halkının referanduma ilgisi yüksekti. Yüzde 71.8'lik katılım, 30 milyon küsur kişinin oy kullandığı anlamına geliyordu ki, bu 1992'deki genel seçimlerden sonra en yüksek katılım demekti. Gelgelelim sonuç AB yanlıları için tam bir şok oldu, zira yüzde 52'ye karşı yüzde 48'lik bir oranla Brexit cephesi kazanmıştı. (Brexit kelimesi, 'Britanya' ve 'exit' (çıkış) kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturuldu.) 30 küsur milyon seçmenden 16 milyonu "AB'den ayrılalım", 15 milyonu da "AB'de kalalım" demişti. Oy dağılımı kabaca şöyleydi:

İngiltere: Yüzde 53.4'e karşı yüzde 46.6 oyla AB'den çıkalım
Galler: Yüzde 52.5'e karşı yüzde 47.5 oyla AB'den çıkalım
İskoçya: Yüzde 62'ye karşı yüzde 38 oyla AB'de kalalım
Kuzey İrlanda: Yüzde 55.8'e karşı yüzde 44.2 oyla AB'de kalalım

Genç nüfusun öfkesi

Referandumun çarpıcı bir sonucu daha vardı: Seçmen yaşı ilerledikçe Brexit oyları artıyordu. İngiliz araştırma şirketi YouGov'un anketine göre, 18-24 yaş arası seçmenin yüzde 75'i oyunu 'AB'de Kal' kampanyasına vermişti. Lord Ashcroft anketine göre de, 65 yaş ve üstü seçmenlerin yüzde 60'ı 'AB'den Ayrıl', yüzde 40'ı da 'AB'de Kal' demişti.

İlk şokun ardından, gençler sonucu önce sosyal medyada, sonra da Londra sokaklarında protesto etti. Yeni bir referandum yapılması için bir haftada 4 milyon imza toplandı. Öneri şimdi Avam Kamarası'nda ele alınacak.

Artçı depremler

Referandum sonucunun yasal olarak İngiliz hükümeti açısından bağlayıcılığı bulunmuyor, ancak halkın kararının görmezden gelinmesi de söz konusu değil. Ülkesinin AB'de kalması için kampanya yürüten, ancak partisini ve kabine üyelerini referandumda serbest bırakan Cameron, sonuçların açıklanmasının hemen ardından görevi bırakacağını açıkladı.

Referandumdan bir gün sonra olağanüstü toplanan AB Konseyi Başkanı Donald Tusk, AB Komisyonu Başkanı Jean-Claude Juncker, Avrupa Parlamentosu Başkanı Martin Schulz ve AB Dönem Başkanı Hollanda'nın Başbakanı Mark Rutte, karardan üzüntü duyduklarını, ancak saygı gösterdiklerini açıkladı. AB'nin 27 üye olarak devam edeceğini belirten yetkililer, "Süreç acılı da olsa, Birleşik Krallık hükümetinin halkın kararını hızla yerine getirmesini bekliyoruz. Herhangi bir gecikme, gereksiz şekilde belirsizliği artırır" açıklamasında bulundu. Haksız sayılmazlardı. Belirsizliğin ekonomiye yansıması çok sürmedi. Sterlin'de yaşanan düşüş, İngiltere ekonomisini, referandumun üzerinden bir ay bile geçmeden, dünya sıralamasında bir basamak geriye düşürdü. 2008'deki küresel krizin ardından Fransa'nın gerisine düşen İngiltere, 2014'te tekrar dünyanın en büyük beşinci ekonomisi unvanını almıştı. Brexit'ten sonra ise İngiltere milli geliri tekrar Fransa'nın gerisine düştü. Ve görevi ekimde bırakacağını açıklayan beklenen Cameron, 13 Temmuz'da görevini alelacele Theresa May'e devretti. Margaret Thatcher'ın ardından, 26 yıl sonra İngiltere'nin ikinci kadın başbakanı olan May'in ilk vaadi, Brexit sürecini başarıyla tamamlamak.

> **Referandumdan çarpıcı bir sonuç çıkmıştı: Seçmen yaşı ilerledikçe Brexit oyları artıyordu.**

> **Sterlin'de yaşanan düşüş, İngiltere ekonomisini, referandumun üzerinden bir ay bile geçmeden, dünya sıralamasında bir basamak geriye düşürdü.**

Şimdi ne olacak?

Şimdi, İngiltere'nin AB'den çıkış prosedürünü resmen başlatması bekleniyor. Bunun için İngiltere'nin ayrılık kararını, Lizbon Antlaşması'nın 50. Maddesi'ne göre AB Konseyi'ne bildirmesi gerekiyor. Sonrasında taraflar ayrılığı müzakere edip bir anlaşma sağlayacak. Birliğin en güçlü aktörlerinden Almanya'nın Başbakanı Angela Merkel, AB'nin yola İngiltere'siz devam edebilecek güçte olduğunu, ancak başka ülkeleri AB'den çıkışa özendiremeyeceklerini söyledi. Bunun için, çıkış müzakereleri sırasında İngiltere'nin istediğini alıp istediğini bırakmasına izin verilmeyecek. Görünen o ki, ufukta çetin müzakereler var. "İngiliz vatandaşlarının AB ülkelerine seyahat etmek için vize almaları gerekecek mi?", "Birleşik Krallık ortak pazarda kalmayı sürdürecek mi?", "Yoksa sadece Gümrük Birliği anlaşması mı yapılacak?" gibi soruların yanıtı, bu müzakereler sırasında netleştirilecek. Birleşik Krallık'ın AB'den resmen ayrılması 2 ila 10 yıl sürebilir. Süreç bitene kadar, Birleşik Krallık tüm hakları ve sorumluluklarıyla AB üyesi olmaya devam edecek.

Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılmasının, aşırı sağın yükselişte olduğu Fransa, Hollanda gibi Avrupa ülkeleri arasında domino etkisi yaratmasından endişe ediliyor. Karar, Birleşik Krallık'ta da ayrılıkçı sesleri yükseltti. Referandumda AB'de kalma yönünde oy kullanan İskoçya'da, İngiltere'den ayrılmak için yeni bir bağımsızlık referandumu gündeme geldi bile. Kuzey İrlanda'dan da "Birleşik İrlanda için referandum" sesleri yükseliyor.

Avrupa bir ilki yaşarken, dengeler daha çok değişecek gibi görünüyor. Kuşkusuz, yıllık 3 trilyon dolarlık ekonomiye sahip İngiltere'nin birliğe vedası, siyaset ve ticareti yeniden şekillendirecek.

HABER

DEİK BAŞKANI ÖMER CİHAD VARDAN:

Yeni AB'yi iyi analiz etmemiz gerek

İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılma kararı ile birlikte dünyada yeni bir dönem başlıyor. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Başkanı Ömer Cihad Vardan, bu yeni süreçte oluşacak yeni AB'nin çok iyi takip edilip, iyi analiz edilmesi gerektiğine dikkat çekiyor.

Haziran ayında İngiltere'de yapılan referandum, dünya ekonomileri için belirsiz bir sürecin başlamasına neden oldu. İngiliz halkının "İngiltere AB üyesi olarak kalsın mı, yoksa AB'den ayrılsın mı?" sorusuna cevap aradığı referandum yüzde 71.8 gibi yüksek bir katılımla gerçekleşirken, yüzde 52'lik bir oranla 'AB'den ayrılmalı' kararı çıktı. Beklenenden farklı çıkan kararla birlikte dünya ekonomileri için yeni bir süreç başlamış oldu. İki yıllık bir sürece yayılması beklenen bu değişim ve dönüşüm sürecini, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Cihad Vardan ile konuştuk.

DEİK Başkanı Ömer Cihad Vardan

İngiltere'nin ayrılması yeni bir 'Avrupa Birliği' tanımını ya da yapısal dönüşümü gerekli kılıyor mu?

Elbette, İngiltere'nin AB'den ayrılması birçok şeyi tetikleyecektir. Referandum sonucunu, 2008'de baş gösteren mali kriz, sonrasında ise mülteci krizi ile mücadele etmek zorunda kalan AB'nin, tarihinde yaşadığı en önemli kırılmalardan biri olarak değerlendirebiliriz. Zaten son yıllarda Avrupa'da aşırı sağ yükselişteydi; bu trend devam edecektir ve aşırı milliyetçi partiler, AB karşıtı görüş ve politikalarını daha sesli şekilde dile getirecektir. Bu da, İngiltere gibi başka AB üye ülkelerinin de AB'den ayrılma referandum ve kararlarını gündeme getirebilir. Haliyle AB'nin, İngiltere'nin ayrılma kararı sonrasında kendini yenilemesi ve Avrupa projesi ile ilgili kamuoyu desteğini tekrar sağlaması gerekiyor. Bu da AB'nin kurumsal yapısını tekrar gözden geçireceği; belki de farklı entegrasyon ve üyelik modellerinin ortaya çıkacağı anlamına geliyor.

AB doğal olarak çıkar birliği ise, ayrılan İngiltere hangi çıkarı için ayrıldı? İngiltere'nin kararında mülteci sorunu bahane mi, sebep mi?

Tarihi referandumda İngiliz halkı "İngiltere AB üyesi olarak kalsın mı, yoksa AB'den ayrılsın mı?" sorusuna cevap aradı ve yüksek bir katılımla 'ayrılmalı' yanıtını verdi. 'AB'den ayrıl' kampanyası, sınırlar ve demokrasi üzerinde İngiltere'nin yeniden kontrol sahibi olmasını vaat ederken, 'AB'den ayrılma' kampanyası, İngiltere'nin AB ve Ortak Pazar'a dahil olmasının

İngiliz parlamentosu, AB'den ayrılık sürecinde çetin tartışmalara gebe.

ülkenin menfaatleri ile uyumlu olduğunu savunuyordu. Referandumda galip gelen taraf, yüzde 51.9 ile 'AB'den ayrıl' oldu. Yani İngiliz halkı bu referandumu bir bağımsızlık veya İngiliz olma oylaması olarak gördü ve AB'den ayrılma yönünde oy kullandı. Elbette bunun altında birçok sebep var. Bunların başında da mülteci krizi geliyor. İngiliz vatandaşlarının mülteci krizi ve göçe ilişkin endişeleri ön plana çıkıyor. Fakat referandum sonucunu sadece mülteci krizine bağlamak doğru olmaz: AB'nin merkeziyetçi, bürokratik ve aşırı kuralcı olarak görülen yapısı da, referandumdan ayrılma kararının çıkmasının önemli sebeplerinden bir tanesiydi.

İngiltere'nin ayrılması AB için dağılma riski oluşturabilir mi?

50 yılı aşkın süredir varlığını sürdüren ve dünya tarihinin en önemli entegrasyon projelerinden olan Avrupa Projesi'nin, İngiltere'nin ayrılma kararı sonrasında AB için dağılma sürecini başlatacağına inanmak istemiyorum. Evet, bu bir ilk ve önemli bir kırılım. Bugüne kadar AB'den ayrılan bir üye olmamıştı. Ancak 'AB dağılıyor' demek şu anda mümkün değil; çünkü AB'ye olan ihtiyaç halen devam etmekte.

Türkiye, İngiltere'nin kararını nasıl karşılıyor? Gerekçeleri nelerdir?

İngiltere'nin AB'den ayrılma kararı, 50 yılı aşkın bir süredir Avrupa ile entegrasyon çabası harcayan, 11 yıldır da AB ile üyelik müzakerelerini yürüten aday ülke Türkiye'yi çok yakından ilgilendiriyor elbette. Az önce ifade ettiğim üzere; Türkiye, ayrılma süreci tamamlandıktan sonra yeni bir şekil alması beklenen AB'ye girmeye çalışacak. Burada İngiltere'nin AB ile ilişkileri hangi modelle sürdüreceği, belki Türkiye için de bir açılım getirebilecek. Farklı entegrasyon ve üyelik modellerinin ortaya çıkması ile birlikte, Türkiye de diğer üye, hatta aday ülkeler gibi yeni oluşacak bu esnek modelleri benimseyebilir. Dolayısıyla bundan sonraki süreci Türkiye'nin çok yakından takip etmesi gerekiyor.

Son gelişmeleri de baz alarak Türkiye-AB ilişkilerinin geldiği aşamayı, iş dünyası ve Türkiye ekonomisi açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bilindiği üzere, 2016 yılı itibarıyla Türkiye-AB üyelik müzakerelerinde 12'nci yıla girmiş bulunuyoruz. Aradan geçen 12 yılda müzakerelerde maalesef yarı yola bile gelemedik. Bizimle aynı zamanda müzakerelere başlayan Hırvatistan bugün AB üyesi olmuşken, Türkiye ile henüz sadece 16 başlıkta müzakereler açılmış durumda. Bir o kadar başlık, kimi üye ülkeler tarafından bloke edilmiş; sadece bir başlık ise geçici olarak müzakerelere kapatılmış durumda. Müzakere süreci haricinde, Türkiye-AB ilişkilerinde gündemi meşgul eden diğer konular da var. Örneğin Türk vatandaşlarına yönelik zorunlu vize uygulaması; Gümrük Birliği'nin revizyonu veya Kıbrıs meselesi gibi. Ancak bu konuların hiçbiri, AB'nin Türkiye'nin en büyük ve ilk sıradaki ticaret ortağı olduğu gerçeğini değiştirmiyor. Özellikle 2016 ve sonraki yıllarda Euro Bölgesi'nde büyümenin ve talebin tekrar canlanması ile Avrupa pazarının küresel ekonomik ilişkilerimizdeki önemi, payı daha da artacak. Üye olmadan AB ile Gümrük Birliği ilişkisi içindeki tek ülke olan Türkiye, AB ile maksimum ekonomik işbirliği kapasitesine ulaşabilmek için üç temel konuda sıkıntı çekiyor: Vize sorunu, Gümrük Birliği ve Türkiye'nin ABD-AB arasında müzakereleri hızla sona gelen TTIP sürecine dahil edilmesi.

Türkiye-AB ilişkilerinin geleceğini kısa-orta ve uzun vadede nasıl öngörüyorsunuz?

Şunu belirtmeliyim ki, bu üç konu, Türk iş dünyası temsilcisi olarak bizleri çok ama çok yakından ilgilendiriyor. İlk olarak Türk vatandaşları AB ülkelerine giderken, hâlâ vize engeliyle karşılaşıyor. Vize serbestisi sürecinin yapıcı bir yaklaşımla, bahanelere sığınılmadan, ilgisiz koşullar öne sürülmeden ilerlemesi gerekiyor. Bu çerçevede özellikle 2015'in son çeyreğinden bugüne, Suriyeli mültecilerin Türkiye üzerinden yasadışı yollarla AB üye ülkelerine ulaşması sebebiyle bir canlanma yaşandı. Halbuki 2013 yılında bu süreç Geri Kabul Anlaşması'nın imzalanması ve vize serbestliği yol haritasının Türkiye'ye iletilmesi ile başlamıştı. 72 kriter kabul edildi ve Türkiye'ye iletildi. Bu kriterlerin tamamına yakınını Türkiye çok kısa bir sürede tamamladı. Avrupa Komisyonu da bunları teyit etti. Ancak şu anda terör tanımı ile ilgili bir sıkıntı sebebiyle sürecin akamete uğraması ile karşı karşıyayız. Bu sorunun çözülmesi, 30 yılı aşkın süredir haksız şekilde devam eden vize uygulamasına son verilmesi, tüm Türk vatandaşları gibi, biz Türk işadamlarının da en büyük beklentisi.

Brexit kararı sonrası İngiliz basını

İkinci olarak, Gümrük Birliği'ndeki Türkiye aleyhine olan asimetrileri ortadan kaldıracak bir revizyonun acil olarak tamamlanması gerekiyor. 1996 yılının başından bu yana AB ile Gümrük Birliği ilişkisi içinde olmamıza, birçok AB ülkesinin firmalarının ülkemizde yatırımları olup AB'ye ihracata katkı yapmasına ve hatta AB ile üyelik müzakerelerini sürdürüyor olmamıza rağmen, AB'nin karar alma mekanizmasında yer almıyoruz. Bu da AB'nin üçüncü ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşmaları imzalaması halinde bizleri olumsuz etkiliyor. Bu çerçevede 2014 yılında Ekonomi Bakanlığımız ve Avrupa Komisyonu tarafından başlatılan girişimi sonuna kadar destekliyoruz. Üzerinde çalışılan revizyon ile 300 milyar dolarlık yeni bir pazar karşılıklı olarak girişimcilerimize açılacak. Küresel ekonomik büyümenin hız kestiği, dünya ticaretinin yavaşladığı bir dönemde bu son derece büyük bir potansiyel. Üçüncü olarak ise, Türkiye-AB Gümrük Birliği'nin revizyonu ile Türkiye'nin TTIP sürecine dahil edilerek güncellenmesi de Türk şirketleri olan bizlerin stratejik önceliklerinden bir tanesi. Bildiğiniz üzere, AB ve ABD arasında hızla sona gelinen TTIP sürecinden en fazla etkilenecek ülke Türkiye. Ancak Türkiye müzakere masasında değil veya AB'nin rekabet, ticaret, fikri mülkiyet politikaları da... Aday bir ülke olarak, bizler kendi mevzuatımızı, AB mevzuatına yaklaştırmak durumundayız. Ancak unutmayalım ki, bu ve tüm politika alanlarında AB mevzuatı da sürekli olarak evriliyor, fakat Türkiye'nin bunlarda söz hakkı yok. Dolayısıyla Gümrük Birliği'nin revizyonu ile birlikte bu alanda söz sahibi olabileceğiz. İşte bütün bu konular, Brexit ile birlikte kafamızda yeni soru işaretleri doğuruyor. Umarız, bundan menfi olarak etkilenmeyiz.

İngiltere'nin yeni Başbakanı Theresa May, Brexit sürecini yönetecek.

Mülteci sorununda Türkiye'ye verilen sözlerde doğan anlaşmazlıklar iş dünyasını ve Türkiye ekonomisini nasıl etkiliyor?

Avrupa, tarihinin en büyük mülteci krizi ile mücadelede Türkiye'nin üstlendiği önemli rolü kavramış durumda. Çünkü mülteciler konusunda, Avrupa'nın sorunlarına Türkiyesiz çözüm bulmak imkânsız. Bu sadece mülteciler sorununda değil, bugün ve ileride Avrupa'nın karşılaştığı veya karşılaşacağı tüm sorunlar için de geçerli bir durum. Yüzbinlerce Suriyeli sığınmacının AB ülkelerine hücum etmesiyle birlikte Türkiye-AB üyelik müzakereleri süreci tekrar ivme kazandı; bu Türk iş dünyasını oldukça sevindirdi. Hemen herkesin yakından bildiği üzere Suriye'de devam eden istikrarsız durum sebebiyle Türkiye yaklaşık 2.7 milyon Suriye vatandaşına ev sahipliği yapıyor. Sadece 2015 yılında 890 bin Suriyeli, Ege Denizi üzerinden Yunan adalarına ulaştı; 2016 yılında ise bu rakamlar ciddi oranda düştü. Bu gelişmeler Türk vatandaşları için vize serbestliği sürecini tetikledi. Biz, ticaret erbabı, sanayiciler için güzel bir gelişme. Fakat geldiğimiz noktada, bazı tıkanıkların mevcut olduğunu görüyoruz. Sürecin akamete uğraması tehlikesi var. Elbette bu bizlerin arzu ettiği bir durum değil. Özellikle de ihracatımızın yarıya yakınını yaptığımız AB ülkelerine rahatlıkla ulaşabilmek bizim için çok önemli.

AB'nin belirlediği ve Türkiye'nin uymak zorunda olduğu kriterler 'kâğıt üzerinde' gerçekleştirilse de uygulamada yeterince gösterilemiyor. Bu aşamada çıkan sorunların çözümüne ilişkin sizin çözüm önerileriniz nelerdir?

Öncelikle şunu ifade etmekte fayda var: Ülkemizin AB üyeliği bir devlet politikasıdır. Neredeyse yarım asırdır süren bu ilişkiyi, artık ülkemizin üyeliği ile taçlandırmak zorundayız. Bunun için her iki tarafın da üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmesi gerektiğine inanıyorum. AB üyelik müzakereleri sürecini salt müktesebat uyumu olarak algılamak yanlış olur; söz konusu değişikliklerin toplumun tüm kesimlerinin yaşam standartlarını artıracak şekilde hayata geçirilmesi oldukça önemli. Bu noktada Türkiye'nin 35 başlıkta yürüttüğü müzakerelerde AB müktesebatını kendi iç mevzuatına aktarması ve uygulamaya yansıtması; AB'nin de cesaret verici bir tavır içerisinde Türkiye'yi desteklemesi gerekiyor. Türkiye-AB ilişkilerinde önümüzdeki dönemin yeniliklere gebe olduğunu söylemek mümkün. Özellikle İngiltere'nin AB'den ayrılması sırasında ve sonrasında oluşacak yeni AB'yi bizlerin çok iyi takip etmesi ve analiz etmesi gerekiyor. Eğer taraflar Türkiye'nin AB üyeliğini 'kazan-kazan' yaklaşımı çerçevesinde değerlendirirlerse, her iki tarafın da bu entegrasyondan maksimum faydayı elde etmesi için gerekli adımları atması gerekiyor.

HABER

Coats Yönetim Kurulu Başkan Vekili İlhami Öztürk:

Brexit sonrası Türkiye'ye fırsatlar çıkabilir

Coats Yönetim Kurulu Başkan Vekili İlhami Öztürk

Coats Yönetim Kurulu Başkan Vekili İlhami Öztürk, "Brexit sonrasındaki dönüşüm döneminde Türkiye kararlı adımlar atmalı" dedi.

Türkiye'nin en önemli ticari partnerlerinden biri olan İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden (AB) ayrılma kararı alması belirsiz bir dönemin başlamasına neden oldu. Türkiye'nin toplamda 9.2 milyar dolarlık ihracat yaptığı İngiltere, tekstil ve hazır giyim sektörleri için de büyük öneme sahip. Brexit sonrasındaki dönüşüm döneminde Türkiye'nin Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması'nda İngiltere ile aynı statüde olacağına dikkat çeken Coats Yönetim Kurulu Başkan Vekili İlhami Öztürk, Türkiye'nin bu süreci iyi takip edip kararlı adımlar atması gerektiği uyarısında bulundu.

İngiltere, ihracatta Almanya'nın ardından ikinci büyük pazar.

Geçtiğimiz yıl AB ülkelerine toplam 61.9 milyar dolarlık ihracat yapan Türkiye için İngiltere 9.2 milyar dolarlık ihracat rakamı ile Almanya'nın ardından ikinci büyük pazar oldu. Bu nedenle ülkede yaşanacak bir kan kaybının özellikle ihracatçı şirketlere olumsuz yansıyacağı vurgulanıyor. Bu süreçte İngiltere'nin AB ile Gümrük Birliği anlaşması imzalayıp imzalamayacağı ve gümrük vergilerinde değişikliğe yönelik

Referandum sonrası sokaklara dökülen AB'de kalma yanlısı İngilizler

Önümüzdeki dönemde neler olması bekleniyor?

• İngiltere'nin AB'den ve GB'den çıkma kararının yarattığı belirsizlik ortamı İngiliz tüketicilerin harcama eğilimlerini olumsuz yönde etkileyecek.
• İngiliz halkının tüketiminin azalması ekonominin yavaşlamasına, ülkenin başka ülkelerden yaptığı alımların azalmasına neden olacak.
• Ülkeler arasındaki ticari ilişkilerde yaşanacak değişikliklerin yattığı belirsizlik ortamı da dünya ekonomilerinin yavaşlamasına neden olacak.
• İngiltere'nin AB'den çıkış kararının AB ile ABD arasında imzalanması planlanan Transatlantik Anlaşması'na nasıl bir etki yapacağı da önümüzdeki süreçte belirsizliğini koruyan konular arasında yerini alıyor.

belirsizlik, ihracatçı şirketlerin yakın takibinde olacak. İhracatçıların bir diğer endişesi ise İngiltere'de yaşananların diğer ülkelere sıçraması.
Türkiye, İngiltere ile şu anda Gümrük Birliği (GB) gereği gümrük vergisiz ticaret yapıyor. Sanayiciler bu anlaşmanın tehlikeye girmesi ihtimalinin iki ülke açısından da sıkıntı yaratacağı görüşünde. Diğer yandan sterlinin dolar karşısındaki değer kaybının sürmesi de sanayicinin gelirinin azalması anlamına geliyor.
İş dünyasında Brexit'in ihracata kısa vadede sınırlı etki yapacağı görüşü hakim. Türkiye'de faaliyet gösteren İngiliz şirketi Coats'ın Yönetim Kurulu Başkan Vekili İlhami Öztürk ile Brexit kararı sonrasında Türkiye'yi ve ekonomileri ne gibi bir değişim süreci beklediğini konuştuk. Brexit kararının uygulanma sürecinde Gümrük Birliği'nden Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması sürecine kadar birçok konuda önemli değişiklikler yaşanacağına dikkat çeken İlhami Öztürk, "Brexit sonrasındaki dönemde özellikle Transatlantik Anlaşması imzalanırken

AB liderleri, İngiltere'nin kararının gereğini hemen yapmasını istiyor.

Brexit kararından İngiltere ekonomisi nasıl etkilenir?
İngiltere, dünya finansmanının önemli merkezlerinden biri olması bakımından dünya ekonomisinde çok büyük bir öneme sahip. Hacim olarak Çin, ABD gibi GSMH olarak çok büyük değil belki ama finans merkezi olması özelliğiyle dünya ekonomisinde yönlendirici bir yapısı var. AB'den çıkış sürecinde neler olacağı konusu büyük bir belirsizlik yaratıyor. Brexit kararının ardından dünya borsaları yüzde 10'luk düşüş yaşadı, sterlin yaklaşık yüzde 10'lara varan oranda düştü. Bu belirsizliğin ekonomiye yansıması resesyona gitme şeklinde olmaz belki ama ekonomide bir yavaşlamaya neden olacaktır. Çünkü belirsizlik ortamında tüketimin azalacak olması ekonominin de yavaşlaması sonucunu doğuracaktır.

> Türkiye'nin İngiltere'ye geçen yıl yaptığı toplam ihracatın 2.2 milyar dolarını hazır giyim oluşturdu.

Türkiye, İngiltere ile aynı statüde olacak. Bu süreç Türkiye'nin lehine olabilir. Türkiye bu süreci iyi takip edip kararlı adımlar atmalı" uyarısında bulunuyor.
AB ile İngiltere arasındaki ticari statünün değişmesi halinde Türkiye'nin de yeni bir anlaşma sürecine gireceğini ifade eden İlhami Öztürk, sorularımıza yanıtladı…

Boris Johnson, artık İngiltere'nin yeni Dışişleri Bakanı.

Bu kararın sonuçları Türk tekstil ve hazır giyim sektörlerine sizce nasıl yansıma yapar?
Türkiye için İngiltere, 9.2 milyar dolarlık ihracat rakamı ile Almanya'nın ardından ikinci büyük pazar konumunda. Yıllık ihracatın yüzde 30'luk kısmını da tekstil ve hazır giyim sektörleri oluşturuyor. Türkiye'nin İngiltere'ye geçen yıl yaptığı toplam ihracatın 2.2 milyar dolarını hazır giyim oluşturdu. 2016'nın ilk beş ayında da İngiltere'ye hazır giyim ihracatımız olumlu bir grafikte seyretti. İngiltere dış ticaret fazlası verdiğimiz tek ülke olduğundan dolayı Gümrük Birliği dışına çıkması tekstil ve hazır giyim sektörleri için önemli.

İngiltere'nin AB'den çıkma kararı sonrasında önümüzdeki dönemde ne gibi değişimler bekleniyor?
Karar sonrası yaşanan şokun ardından orta vadede ticari ilişkilerin normale dönmesi bekleniyor. İkinci büyük ticaret hacmine sahip olduğumuz İngiltere'nin üyelikten ayrılma kararı, elbette kısa vadede ciddi bir etki oluşturacaktır. Ancak şunu unutmamak gerekir ki, İngiltere, AB sisteminin ekonomik açıdan en liberal ülkelerinden bir tanesi. Bu karar, birçok dinamiği etkileyecek.

Çıkış kararının ardından anlaşmaların yenilenmesi gündeme gelecek. Bu süreç sizce nasıl olacak?
İngiltere ile Gümrük Birliği anlaşması çerçevesinde ticaret yapılırken şimdi GB'den çıkması gündeme geldi. Bu durum da Türkiye'yi etkileyecek bir unsur. İngiltere-Türkiye arasındaki Ankara Anlaşması'nın da yenilenmesi gündeme gelecek. Ayrıca ABD ve AB arasında Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması için görüşmeler yürütülüyordu, orada ne olacak konusu da bilinmiyor.

Sizce İngiltere, Gümrük Birliği'nden çıkacak mı? Çıkarsa neler olur?
İngiltere inşallah Gümrük Birliği'nden çıkmaz. Çünkü İngiltere'nin Gümrük Birliği'nden çıkması yeni vergileri gündeme getirecektir. Bu durum da İngiltere ile ticaret yapan ülkeleri zorlayacak bir gelişme olur.

ABD ile AB arasında görüşmeleri devam eden Transatlantik Anlaşması sizce bu süreçten nasıl etkilenir?
Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması sürecinde İngiltere önemli bir ülke. Çünkü İngiltere, ABD ile geçmişten gelen ciddi bağları olan bir ülke. Transatlantik görüşmelerinde İngiltere çok önemli bir yere ve role sahip. İngiltere'nin AB'den çıkması ABD ile AB arasındaki Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması için yapılan görüşmelere nasıl yansır belli değil. ABD, İngiltere GB'de kalır mı kalmaz mı diye bekleyip Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması sürecini yavaşlatır mı bilinmiyor. Bu süreçte İngiltere, İsviçre gibi ekonomik ilişkileri anlaşmalarla götüren bir ülke mi olur, bilmiyoruz. Tüm bunları, önümüzdeki dönemde bekleyip gelişmeleri izleyerek göreceğiz.

İngiltere'nin AB'den ayrılma sürecinde Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması için ABD İngiltere'ye nasıl bir statü tanır sizce?
İngiltere'nin AB'den ayrılma süreci yaklaşık iki yıllık bir döneme yayılacak bir süreç. İngiltere'nin birlikten ayrılmasıyla ABD, AB ile Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması imzalarken İngiltere'yi gözeten bir tutum izleyebilir. Bu durum da Türkiye için olumlu bir süreç yaratabilir.

> Karar sonrası, İngiltere-Türkiye arasındaki Ankara Anlaşması'nın da yenilenmesi gündeme gelecek.

Bu sürecin Türkiye'ye ve Türkiye-İngiltere ticari ilişkilerine yansıması sizce nasıl olur?
Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması imzalanması sürecinde İngiltere ile Türkiye'nin pozisyonu aynı olacak. Bu süreçte Türkiye'nin kararlı adımlar atması lazım. Sürecin iyi takip edilip kararlı adımlar atılması çok önemli. İngiltere Euro Bölgesi'ne girmedi belki ama AB için önemli bir ekonomik partner konumunda. Örneğin bir İngiliz şirketi olan Coats'ın AB ülkelerinde yatırımları var. Böyle birçok İngiliz firmasının değişik AB ülkelerinde yatırımları bulunuyor.

Yaşanacak bu dönüşüm süreci ekonomilere nasıl yansıyacak?
Şu anda çok net bir şey söylemek mümkün değil. Olumlu-olumsuz şeyler de olabilir. Genel olarak dünya ekonomisinde ilk etapta bir yavaşlama olacaktır. Belirsizlik ortamı nedeniyle İngiliz tüketicisi tüketimini azaltacağı için bu durum da ticari ilişkilerin yavaşlamasına neden olacaktır.

Türkiye İngiltere'ye ne tür ürünler satıyor?

Türkiye'nin İngiltere'ye yaptığı 2.5-3 milyar dolarlık tekstil ve hazır giyim ihracatının büyük bir kısmını hazır giyim ürünleri oluşturuyor. Marks&Spencer'dan Burbery'e, Top Shop'tan River Island'a kadar birçok İngiliz markasının üretimi Türkiye'deki konfeksiyon üreticileri tarafından gerçekleştiriliyor. Bununla birlikte tekstil hammaddeleri de ihraç ürünleri arasında yerini alıyor.

PROF. DR. SADİ UZUNOĞLU
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ

Brexit deyip geçmeyelim

İngitere'de yapılan referandum; İngiltere'nin kendi yasaları ve düzenlemeleri üstünde daha fazla kontrole sahip olması (egemenlik); kendi sınırlarını daha etkin bir biçimde kontrol etmesi, Avrupa Birliği'nin (AB) mülteci ve işgücü dolaşım politikalarında İngiliz halkının söz sahibi olmamasının getireceği "nüfus akımları" (göç); AB'ye yapılan 19 milyar sterlin katkının durması ve AB'ye yeni gireceklerin hazırlık sürecindeki masraflarına katılınmaması (para) gerektiğini savunanların zaferi ile sonuçlandı. Brexit adı verilen İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkışını savunanlar, egemenlik, göç ve para olarak özetleyebileceğimiz argümanları öne sürmüştü. İngiltere'nin AB'de kalmasını isteyen taraf ise AB ve İngiltere'ye gelen göçmenlerin kamu hizmetlerinden yararlandıkları buna karşın vergi vererek daha fazla katkı sağladıklarını savundu. AB'den çıkılsa dahi ortak pazarda kalmaları gerektiğini belirten AB taraftarları; İngitere'nin AB'den ayrılması durumunda küresel güç olmaktan uzaklaşacağını, ayrıca güvenlik sorunlarına karşı birlikte karar üretmenin daha yararlı olacağını belirttiler. Diğer taraftan İngiltere'nin AB ülkelerine yaptığı ihracat dikkate alındığında Brexit'in maliyetinin yararının çok üzerinde olacağı gerçeğinin de altını çizdiler. Sonuçta ayrılma (Brexit) taraftarları kazandı…

İngiltere'nin çıkış süreci

Brexit, AB kuruluşundan bu yana geçekleşen en önemli olaylardan biri olarak tarihe geçecek. AB ve İngiltere için önemli bir süreç başlayacak: 2009'da imzalanan Lizbon Anlaşması'nın 50. Maddesi'ne göre İngiltere'nin ayrılma koşulları, İngiltere'nin katılma hakkı olmayan bir oylamada, diğer 27 üye oy çokluğu tarafından belirlenecek. Bu sürecin en az iki yıl sürmesi bekleniyor. Ancak 27 üyenin tamamının kabul etmesi koşuluyla pazarlıklar iki yılın ötesine geçebilecek. Eğer anlaşma iki yılda sağlanamaz ve 27 üye de süreci uzatma kararı almazsa, İngiltere'nin AB üyeliği düşecek. İngiltere'nin AB ile ticari ilişkisi Dünya Ticaret Örgütü'ne (WTO) üye herhangi bir ülke statüsünde şekillenecek.

Çıkış sürecine paralel olarak, İngiltere ile AB'nin ticari ilişkilerini düzenleyecek anlaşmaların pazarlıkları başlayacak. Söz konusu pazarlıkların iki yıldan fazla sürme olasılığı çok güçlü. Çünkü yeni ticari kuralların da AB Parlamentosu ve üye diğer 27 ülkenin parlamentolarında tek tek onaylanması gerekecek.

Brexit'in yalnız AB değil dünyanın politik, ekonomik ve jeo-politik dengelerini yerinden oynatacağı kesin ancak "finansal piyasa egemenliği" çerçevesinde hemen herkes kısa vadeli değerlendirmelere yönelmiş durumda. Finansal piyasalarda, Brexit'in etkilerinin "atlatıldığı" yönünde değerlendirmeler sıklıkla dile getiriliyor. Brexit'in tüm etkilerinin kısa değil orta vadede ortaya çıkacağı açık ama "büyük ölçekli risk altında çalışan" piyasalar bunu görmek istemiyor. Tam tersi Brexit'in piyasalara ve bizim gibi sermaye gereksinimi olan ülkelere olumlu yansıyacağını savunmaya başladılar. İngiltere'nin AB'den çıkışının temelinde yatan gerçekleri, finansal piyaslarda analiz yapanlar, görmezlikten geliyor. Oysa 1990'dan buyana küreselleşme dalgası çerçevesinde uygulanan neo-liberal politikalar, başta gelişmiş ülkeler olmak üzere neredeyse tüm ülkelerde borç kısırdöngüsünün oluşmasına neden oldu. Birçok ülkede gelir ve servet dağılımı hızla bozuldu. Özellikle 2002'den itibaren hızla artıp devasa boyutlara ulaşan küresel likidite geniş kesimlere değil bir avuç portföy sahibine ve/veya verimsiz yatırımlara kaydı. Faiz oranlarının neredeyse 'sıfırlandığı' ortamda yatırımların verimliliği hızla geriledi: Bollaşan likidite, katma değer yaratan yatırımlardan 'hantal' yatırımlara yöneldi. Diğer taraftan 2008'de patlayan küresel kriz makro ekonomik dengesizlikleri artırırken borç içindeki kitlelerin işsiz kalmasına neden oldu. Doğal olarak politik yapı da bu gelişmelerden etkilendi. Avrupa'da 'sol' hareketin güçlenmesi, ABD'de demokrat aday adayı Sanders'ın aldığı büyük destek kitlelerin hızla politize olduğunu gösterdi. Avrupa ülkelerinin vatandaşları, AB öncesine göre kendilerine daha iyi bir yaşam sağlayan 'sosyal devletlerini' özlemeye başladı. Tüm likidite genişlemesine rağmen yaşanan küresel krizin ardından; büyüme üretemeyen ülkeler, daralan dünya ticareti ve hızla düşen hammadde fiyatları ile karşı karşıya kalındı. Düşen hammadde fiyatları 'göç' dalgasını hızla körüklerken, AB ve ABD artan terör olayları ile karşı karşıya kaldı ve 'güvenlik' bu ülkeler için en önemli sorun haline geldi. AB ve ABD'de 'aşırı sağ' eğilimler bu süreçte küreselleşme karşıtlığına dönüştü.

Bu gerçekleri ve gelişmeleri görmeden Brexit'in salt 'finansal piyasalara' nasıl yansıdığı veya yansıyacağını tartışmak doğru görünmüyor. Dünya ekonomik, politik ve jeo-politik olarak yeniden şekilleniyor. Bundan kaçınmanın da oldukça zor olduğu bir döneme giriyoruz…

Türkiye'yi etkiler mi?

Brexit doğudan batıya tüm ülkeleri etkileyecek bir gelişme. Türkiye belki de bu gelişmelerden en fazla etkilenecek ülkelerin başında geliyor.

- Türkiye'nin dış politikası yeniden şekilleniyor. İsrail ve Rusya ile ilişkiler hızla güçlendirilmeye çalışılırken, NATO ve AB ile ilişkilerde bir 'soğuma' göze çarpıyor. 15 Temmuz darbesi de bu süreci tırmandırmış görünüyor. Kürt sorunu, terör ve bölgedeki yeni oluşumlar da sorun yumağını büyütüyor. Bu anlamda 'politik belirsizlik' önümüzdeki dönemde Türkiye'nin ve ekonominin yeniden şekillenmesini gündeme getirecek.
- Yaşanan göç dalgasının Türkiye'nin AB ile ilişkilerinin bozulmasında en kritik konu olmaya devam edeceği gözleniyor. AB'de yaşanan terör olayları mültecilere ve Müslümanlara bakış açısını hızla değiştirmiş görünüyor. Brexit'in nedenlerinden birinin de bu olması tesadüf değil. Bu gelişmelerin karşısında AB'nin ve İngiltere'nin Türkiye'ye karşı tutumunda 'sertleşmeler' yaşanabileceğini hesaba katmamız gerekiyor.
- İhracatımızın yaklaşık yüzde 45'inin gerçekleştiği, doğrudan sermaye yatırımları ve turizm açısından bizim için çok önemli olan bölge (AB) ile ilişkilerin zayıflaması, Türkiye ekonomisinin önünde orta vadeli risk olarak duruyor.
- Brexit dolayısıyla İngiltere'nin ve AB'nin resesyona girme riskini de dikkate almamız gerekiyor. Bu bölgede yaşanabilecek resesyonun, siyasi riskler dışlansa dahi Türkiye'nin ihracat ve turizm gelirlerini olumsuz etkileyeceğini görmemiz ve buna göre ihracat ve turizm politikalarımızı oluşturmamız gerekiyor. Rusya ve İsrail ile yeni ilişkilerin bu açıdan telafi edici etkisi olabilir. Ancak AB ve İngiltere, her koşulda göz ardı edilemeyecek bir bölge.
- Finansal piyasa analistleri, AB'de yaşanacak resesyonun parasal genişlemeye yol açacağı ve söz konusu parasal genişlemenin de başta Türkiye olmak üzere gelişen piyasalara olumlu yansıyacağını savunuyor. Ancak burada göz ardı edilen bir konu var. İtalyan bankalarının yaşadığı sorunlar bu ülke ile sınırlı değil. Batık kredi tüm AB ülkelerinin sorunu: Toplamda bir trilyon doları aşan batık kredi olduğu tahmin ediliyor. Dolayısıyla AB bankalarının kredi verirken daha dikkatli davranması zorunlu. Sermaye girişine gereksinim duyan Türkiye'nin AB bankalarından kaynak temin etmesi kolay olmayabilir. Rating kurumlarının 'tutumları' da dikkate alındığında bu bölgeden sermaye girişi sağlansa bile bunun maliyetinin yüksek ama tutarının sınırlı olabileceğini hesaba katmamız gerekiyor.
- Bir diğer sorun ise Brexit nedeniyle Euro'nun ABD Doları'na karşı yaşayabileceği zayıflama… Eğer AB'de resesyon devam ederken ABD faiz oranlarını artırmaya devam ederse, orta vadede ABD Doları'nın daha da güçlenmesi söz konusu olabilecek. Türkiye'nin ithalatının ağırlıklı olarak ABD Doları cinsinden yapıldığı ve dış borç stokunun da yaklaşık yüzde 60 oranında ABD Doları cinsinden olduğu gerçeğini göz önüne aldığımızda bu gelişmelerin de bizim açımızdan önemli bir risk olduğunun altını çizmemiz gerekiyor. Özellikle şirketlerimizin (finans dışı) döviz pozisyon açıkları dikkate alındığında ABD Doları'nın şirketlerimiz üzerinde yaratacağı kur riskini dikkate almamız gerekiyor.

Ne yapmalı?

Türkiye'nin İngiltere'ye ihracatı 10-11 milyar dolar arasında değişiyor. Bu tutar Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 7-8'ini, GSYİH'nın da yüzde 1.5'ini oluşturuyor. Dolayısıyla bu ülkenin resesyona girmesinin yaratacağı etkinin sınırlı kalacağını bu hesaplamadan yola çıkarak hesaplayabiliriz. Bu hesabı AB için de genişletip bölge resesyonunun ekonomi üzerindeki olumsuz etkisinin 'abartılmaması' gerektiğini de savunabiliriz. Ancak bu kısa vadeli ve naif bir analiz olur. Yukarıdaki risklerin tamamı dikkate alındığında köklü bir değişimin yaşanmasından bahsediyoruz. Dolayısıyla bu riskleri dikkate almamız Türkiye'nin geleceği açısından zorunlu. Öncelikle Türkiye'nin, Başbakan Binali Yıldırım'ın dediği gibi "dostlarının sayısını artırması" gerekiyor. Türkiye'nin 15 Temmuz darbesine karşı farklı görüşe sahip kesimleri demokrasi adına bir araya getirmesinin yarattığı konsensüsü iyi değerlendirmesi ve daha fazla demokrasi ve özgürlük üretmesi gerekiyor. Türkiye'nin iç barışı ve dünyadaki görünümü bunu gerektiriyor. Ekonomik açıdan ise yapılması gereken; Türkiye'nin öncelikle enerji ve üretimde dışa bağımlılığını azaltmaya yönelik politikalar üretmesi. Önümüzdeki dönemde "sermaye girişi ve maliyetleri" konusunda yaşanabilecek risklere karşı; "iç talebe dayalı hızlı büyüme" değil "sürdürülebilir ve dış kaynak üretecek alanlarda büyüme" modeli geliştirilmesi gerekiyor.

Var olan riskler dikkate alındığında köklü bir değişimin yaşanmasından bahsediyoruz. Öncelikle Türkiye'nin, Başbakan Yıldırım'ın da söylediği gibi "dostlarının sayısını artırması" gerekiyor.

Türkiye'nin 15 Temmuz darbesine karşı farklı görüşe sahip kesimleri demokrasi adına bir araya getirmesinin yarattığı konsensüsü iyi değerlendirmesi gerekiyor.

HABER

DÜNYADA MARKA SATIN ALMAK İÇİN DOĞRU ZAMAN MI?

Dünya markası olmak mı daha zor ya da bir dünya markasını satın almak mı? İşte son dönemde bu sorunun yanıtı herkesin kafasını meşgul ediyor. Çünkü milyonlarca dolar reklam harcaması yaparak bir marka yaratmaya uğraşmaktansa krize giren bir dünya markasını satın almak, kısa yoldan bir dünya markasına sahip olmak anlamını taşıyor. Uzmanlar, İngiltere, Fransa ve İtalya gibi ekonomisi yavaşlayan Avrupa ülkelerinde dünya markası satın almak için fırsatlar olduğunu vurguluyorlar.

Türk tekstil sektörünün yurtdışında satın alabileceği pek çok marka var.

Küreselleşen dünyada markalaşmak, kendi markanla yer alabilmek oldukça güç. Milyonlarca dolarlık tanıtım yatırımı yaparak dünya çapında marka olan firmalar zaman zaman güç duruma düşebiliyor. Tıpkı Mexx, LC Waikiki gibi dünya markalarında olduğu gibi. Geçmişte Tema Grup, LC Waikiki'nin 'isim hakkı'nı, Kipaş ise Lee Cooper'ın Avrupa bölgesi isim hakkını satın almıştı. Son olarak da Hollanda menşeli moda devi Mexx'i, Eroğlu Holding satın aldı. Krize giren bu markaları satın alan Türk yatırımcılar, bilinirliği yüksek markaların rüzgârından faydalanıp operasyonlarını büyütme yolunda adımlar atmıştı. Avrupa ekonomisinde yaşanan daralma, içinde bulunduğumuz şu dönemde de dünyadan marka satın almak için uygun bir zaman mı sorusunu akıllara getiriyor. Konunun uzmanları, dünya ekonomilerinin yavaşladığı bu dönemde uluslararası birçok markanın zorlu bir döneme girdiğini ve satışa çıktığını işaret ediyor. Uzmanlar, marka satın almak için şu dönemin en uygun dönem olduğuna dikkat çekiyorlar. İtalya, Fransa ve İngiltere gibi ülkelerde krize giren dünya markalarının bulunduğunu ve bunun da bir fırsata dönüştürülebileceğini vurguluyorlar.

Büyüme planları

En son Hollanda kökenli Mexx markasını satın alarak Türk yatırımcılara örnek olan Eroğlu Holding, bu marka ile yatırımlarını sürdürme planları yapıyor. Eroğlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Yavuz Eroğlu, bu markanın kendi hikâyesini çok değiştirmeden yeni mağazalar açacaklarını söylüyor. Türkiye'de Mexx markasının mağazalarını açmaya hazırlandıklarını belirten Eroğlu, Avrupa'da açacakları mağaza sayısının Türkiye'dekinden daha fazla olacağına dikkat çekiyor.

Avrupa'da 700-1500 metrekare arasında mağazalar açacaklarını vurgulayan Eroğlu, şunları söylüyor: "Mexx ile birlikte Türkiye'deki üretimimiz artacak. Türkiye'den çıkan markayı uluslararası marka yapmak zor iş. Ancak bugün Mexx gibi dünya çapında bir markayı alıp çizgisini değiştirmeden daha ileriye götürmek hem Türk üretimi açısından hem Türkiye açısından çok önemli. Çünkü böylece Türkiye bir marka olacak."

İçinde bulunduğumuz dönemde de yeni

MARKA SATIN ALMANIN 5 KATKISI

- Marka satın alarak o markanın prestijinden yararlanılıyor.
- Alınan marka, Türkiye'nin imajına da katkı sağlıyor.
- Katma değeri yüksek ürün satmayı sağlıyor.
- Türk üreticilerin kalitesinin marka yoluyla dünyaya duyurulmasına katkı yapıyor.
- Ülke ekonomisine de kazanç olarak dönüyor.

yatırım fırsatları çıkabileceğine dikkat çekiliyor. Dünyada marka satın alma konusunda en uygun dönemde olduğumuza dikkat çeken Roja Dantel'in sahibi Metin Saftekin, "İtalya, Fransa ve Almanya'da marka satın alma fırsatları var. Marka satın alma bakımından içinde bulunduğumuz dönemin çok doğru bir dönem olduğunu düşünüyorum" diyor. Türk üreticilerin marka satın alarak, katma değeri yüksek ürün grubuna yükselerek daha nitelikli hale gelebileceğine işaret eden Saftekin, marka satın alma işinin bir Türk firmanın liderliğinde, dünyanın başka ülkelerinden yatırımcıların ortaklığında yapılabileceğini de söylüyor.

Satın alma iştahı

Türkiye'deki markaların çatı örgütü Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sami Kariyo, BMD markalarının yurtdışında marka satın almaya ve mağazalaşmaya yönelik iştahının artarak devam ettiğini söylüyor.

BMD markaları arasında yurtdışında marka satın almak ve mağazalaşmaya yönelik bir yatırım iştahı olduğuna dikkat çeken Kariyo, bu iştahın sadece büyüme noktasında olmaması gerektiği uyarısında bulunuyor. Verimlilik ve büyümenin dengelenmesi gerektiğine işaret eden Kariyo, "Son 1.5 yıl geçirdiğimiz en zor dönemlerden biriydi. Fakat BMD markaları bu zor döneme rağmen yatırım iştahını kaybetmedi. Nasıl ki demir dövüldükçe sertleşir ve çelik formuna ulaşır. BMD markaları da dövüldükçe sertleşip çelikleşiyor. Önümüzdeki dönemde bu iştahın aynı şekilde devam edeceğine inanıyorum" diyor.

Türk üreticiler dünya markalarına üretim sürecinde kaliteleri ve koleksiyonları ile önemli bir aşama kaydetmiş durumdalar. Ancak bu gelişmeyi yüksek gelire çevirmenin en önemli şartı marka olabilmek. Sadece fason üretici olarak kalınması halinde dünya markalarının kazandığı oranda katma değer yaratmak mümkün olamıyor. İşte bu nedenle krizde dara düşen dünya markalarının satın alınması gibi bir yol tercih ediliyor. Böylece satın alınan markanın dağıtım gücünden yararlanılarak üretim güçlerini markayla birleştiren Türk yatırımcılar, cirolarını ve ihracatlarını artırıyorlar. Oysa kendi markalarıyla dünyada var olabilmek için uzun yıllar ve zorlu bir süreçten geçmeleri gerekiyor. Marka satın alarak bu süreci kısaltan yatırımcılar satın aldıkları markaya yeni yatırımlar yaparak büyüme modelini tercih ediyorlar.

Türk Eximbank, 2015'te ihracatçı firmalara 20.1 milyar dolarlık nakit destek sağladı.

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Sami Kariyo, BMD markalarının, yurtdışında marka satın almaya ve mağazalaşmaya yönelik iştahının artarak devam ettiğini söylüyor.

METİN SAFTEKİN (ROJA DANTEL):

Marka satışında aracılara ihtiyaç var

Dünyada içinde bulunduğumuz süreçte zor duruma düşen ve satışa çıkarılan dünya markaları var. Bu markaları satın almak için Türk üreticiler için doğru bir zamandayız. Dünya markalarının satışında satıcı taraf ile alım yapmayı düşünen yatırımcılara aracılık edecek aracı firmalara ihtiyaç var. Bu tür bir hizmet olsaydı, yatırım yapmak yatırımcılar açısından çok daha kolay olurdu.

Hedefler büyük

Dünya markası satın alan Türk şirketlerinden biri de Ziylan Grup. Alman Reno markasını satın alan grup, önümüzdeki dönemde bu markayla büyümenin yanı sıra satışa çıkan başka dünya markalarından da satın alma planları yapıyor. Almanya'dan satın aldıkları Reno'nun 6 ülkede 505 mağazasıyla yıllık 550 milyon Euro ciro yaptığını belirten Ziylan Grup Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ziylan, ilk yılın ardından hedeflerinin yıllık yüzde 10-15 büyümek olduğunu söylüyor. 2023'te dünya markaları arasında 10 Türk firmasının yer almasının hedeflendiğine dikkat çeken Ziylan, "Bu markalardan üçünün perakende sektöründen çıkacağına inanıyoruz. Hatta bunlardan birisi olmaya adayız. Avrupa'dan marka satın alarak yolu kısaltıyoruz" diyor.

Yeni mağaza açmak yerine verimliliği artıracak çalışmalara yöneldiklerine dikkat çeken Ziylan, "Mağazalarda metrekare verimliliği zayıf, bunu yükseltmek istiyoruz. Yeni mağaza açmak yerine mevcut 505 mağazanın verimliliğini artıracak çalışmalar yapacağız" diyor.

İki yıl içerinde Reno'yla Türkiye'den kendi markalarımız olan Polaris, Kinetix ve Lumberjack'in yerli üretim 10 milyon çift ihracat yapacaklarını belirten Ziylan, bunun da 200 milyon dolarlık ihracat anlamına geldiğini vurguluyor. Bir markayı Avrupa'ya götürüp tutundurmanın çok güç olduğunu vurgulayan Ziylan, "Bu, zaman ve bütçe alır. En kolay yolu Avrupa'ya paraşütle inip mevcut markayı satın alarak bunu gerçekleştirmek. Avrupa'da marka olunamadığı müddetçe dünya markası olmak mümkün değil" diyor.

Türk yatırımcıların dünya markaları almasını desteklemek üzere Türk Eximbank'ın da kredi desteği bulunuyor. Türk Eximbank'ın, ihracata verdiği kredilerin yanı sıra satışa çıkan dünya markalarını almak isteyen Türk yatırımcıları destekleyecek kredi uygulamaları da var. Bu yolla yatırımcıların dünya markası satın alıp Türkiye'ye döviz girdisi sağlamaları hedefleniyor. İhracat ve marka satın almaya dönük krediler hakkında bilgi veren Türk Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Mesut Gürsoy, 2015'te ihracatçı firmalara 20.1 milyar dolar nakit, 11 milyar dolar da sigorta ve garanti olmak üzere 31.1 milyar dolarlık destek sağladıklarını söylüyor.

Firmalara 9 bin dolardan başlayıp 1 milyar doları geçen bir yelpazede kredi kullandırdıklarına işaret eden Gürsoy, 6 bin ihracatçı firma ile çalıştıklarını kaydederek, geçen yıl başvuran firma sayısının yüzde 30 arttığını, bu yıl da aynı oranda artış beklediklerini vurguladı. İhracatçıların yanı sıra marka satın almayı düşünenlere de finansman sağladıklarını belirten Gürsoy, "Yıllık binde 5 faiz oranıyla, 3 yıl ödemesiz, 10 yıla varan vade seçenekleriyle kredi imkânı sunuyoruz. Geçmiş dönemde yüzde 13 ile borçlanıp yüzde 6.35 ile ihracatçımıza kredi kullandırdık. Gerekirse zarar eder ama ihracatçıyı desteklemeye devam ederiz. Yeter ki ülkeye döviz getirsin" diyor.

Bir markayı Avrupa'ya götürüp tutundurmanın güç olduğunu vurgulayan Ziylan, "Bu, zaman ve bütçe alır. En kolay yolu Avrupa'ya paraşütle inip mevcut markayı satın alarak bunu gerçekleştirmek" diyor.

"TÜRKİYE'Yİ AKILLI KIYAFET SEKTÖRÜYLE TANIŞTIRIYORUZ"

Slothes İş Geliştirme Direktörü ve Kurucu Ortağı Kadir Demircioğlu, akıllı kıyafetler pazarının dünyada çok hızlı büyüğünü söylerken, Türkiye'de bu işi yapan ilk firma olduklarını belirtiyor. Tekstili, teknoloji ve tasarımla buluşturan, buna da 3T açılımı diyen şirket, temmuzda Türkiye'yi ABD'de WT konferansında temsil etmeye ve önümüzdeki yıl da satışlarını yüzde 300 artırmaya hazırlanıyor.

Akıllı kıyafetler sektörü dünyada çok hızlı bir şekilde büyüme gösterse de Türkiye'de henüz emekleme aşamasında. Bu bağlamda ithal ürünler Türkiye pazarında da bulunuyor. Fakat yerli üretim söz konusu olunca henüz bir pazardan bahsedemiyoruz. En azından bahsedemiyorduk demeliyiz. Zira Slothes, yapmış olduğu Ar-Ge yatırımlarıyla Türkiye'de bu işi yapan ilk firma oldu. Öyle ki, şirketin ürettiği ürünler, temmuz ayında ABD'de Wearable Technologies konferansında tanıtılacak. Slothes İş Geliştirme Direktörü ve Kurucu Ortağı Kadir Demircioğlu, bu paralelde satışlarını gelecek yıl yüzde 300 artıracaklarını söylerken, hem akıllı kıyafetler sektörü hem de Slothes hakkındaki sorularımızı yanıtladı.

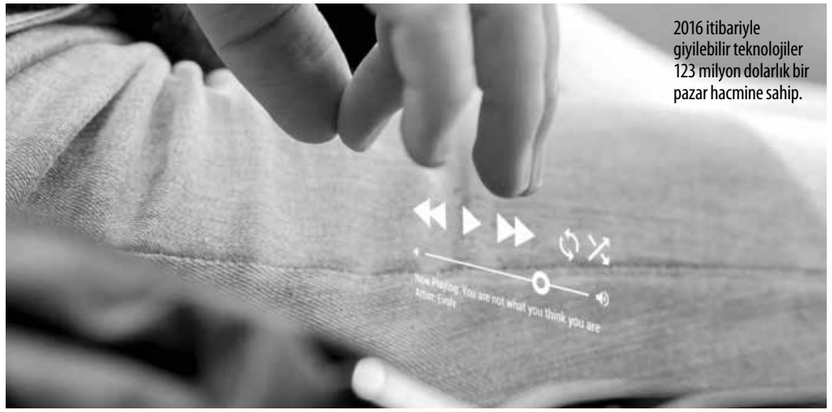
Kendinizi biraz tanıtabilir misiniz? Slothes ne zaman, nasıl ve kimler tarafından kuruldu?

Bir vakıf üniversitesinde mekatronik mühendisliği bölümünde tam burslu olarak okuyup bu yıl mezun oldum. Öğrenimimin bir kısmını 2009 yılında ABD'de gerçekleştirdim. 2010 yılında çalışma hayatıma, hayalini kurduğum havacılık sektöründe Redstar Havacılık'ta stajyer olarak başladım. Kısa süre içerisinde proje uzmanı, proje koordinatör yardımcısı ve uçuş koordinatörü gibi pozisyonlarda görev aldım. Exxon Mobil, TPAO gibi dünya devlerinin yürüttüğü projelerde çeşitli görevler üstlendim. Havacılığa olan tutkumu bir adım öteye taşıyıp Özel Pilot Lisansı (PPL) aldım.

Üniversite yıllarımda ilk girişimim olan ve halen faaliyetlerini sürdüren Motif Kostüm'ü kurdum. Firmamla özel günlere kostüm tedariği sağladım. Daha sonra tekstil sektöründeki eksikliği görüp 2015 yılında, inovatif ürünler üretmek ve sektördeki bilgi, tecrübe ve kalifiye insan gücünü kullanarak teknoloji ile tekstili birleştirme kararı aldım. Bu süreçte dünyadaki trendleri yakından takip ettim. Daha sonra kendi alanlarında uzman bir ekip kurdum. Yazılım ve donanım mühendisi ile pazarlama ve iletişim konusunda uzman bir yakın dostumla Slothes markasını ortaya çıkardık.

Türkiye'yi ABD'de temsil edecek

Yaklaşık 10 yıldır gerçekleştirilen Wearable Technologies (WT) konferanslarına bugüne kadar Türkiye'den hiçbir firmanın ya da girişimin katılmamasının gerçekten üzücü bir durum olduğunu belirten Slothes İş Geliştirme Direktörü ve Kurucu Ortağı Kadir Demircioğlu, tekstilde dünyada çok saygın bir yerde olan Türkiye'nin teknolojii ve trendleri de yakından takip edip akıllı kıyafet ve giyilebilir teknolojiler alanlarında da var olması gerektiğini vurguluyor. "Bir yılda aldığımız yol ve şu an Ar-Ge çalışmalarını yürüttüğümüz projeler bizi WT 2016'ya kendiliğinden taşıdı. Bizim için bu konferans bir dönüm noktası olabilir. Çünkü tüm dünyadan yatırımcılara projelerimizi gösterme fırsatını bulacağız, dünyaya Türkiye'deki tekstil ve teknolojiyi nasıl birleştirdiğimizi göstereceğiz. Konferans kapsamında ayrıca standımızla uygulamalarımızı deneyimletme imkânı da yakalayacağız" diyen Demircioğlu, gelecek yıl gerçekleştirilecek WT 2017'deki hedefinin konuşmacı olarak yer almak ve projelerinin başarısını tüm dünyaya anlatmak olduğunu kaydediyor.



2016 itibariyle giyilebilir teknolojiler 123 milyon dolarlık bir pazar hacmine sahip.

Smart Clothes, yani akıllı kıyafetlerden esinlenerek oluşturduğumuz markamızın dünya çapında bir markaya dönüşmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirmeye odaklandık. Ar-Ge ekibimizle birlikte Türkiye'nin ilk akıllı kıyafeti Slothes Finder'ı öğrencilere yönelik geliştirip tasarladık.

Akıllı kıyafet fikri nasıl çıktı? Bu alandaki çalışmalarınız ne zaman başladı?

Dünyada akıllı kıyafet pazarı çok hızlı büyüyen bir pazar. Sektörde katma değer yaratan ve ihtiyaçları karşılayacak projeler ortaya çıkarabilirseniz ayakta durursunuz. Biz de hayatın gerçeklerinden ve insanların beklentilerinden yola çıkarak Slothes Finder'ı tasarladık. Slothes Finder, öğrencilerin pantolonlarına yerleştirilen bir sistem. Üstündeki GPS modülü sayesinde öğrencinin nerede olduğu an be an takip edilebiliyor. Aynı zamanda öğrenci belirlenen güvenli alanlardan dışarı çıktığında ailelerinin cep telefonlarına mesaj geliyor. Ayrıca tehlikeli bölgeler belirlenerek çocuklar bu bölgelere yaklaştıklarında da ailelere uyarı mesajları geliyor. Ulaşılan mesaj okunmadığında ise call center tarafından aileler aranarak bilgilendiriliyor. Çağrı merkezimiz 7/24 hizmet veriyor. Bu ilk ürünümüzü geliştirip piyasaya sunarken tekstil sektöründe edindiğim tecrübeyi bu alanda kullanma fırsatını yakaladım ve çok büyük faydasını gördüm. Daha ürünümüz prototip aşamasındayken birçok okul zinciriyle görüşüp anlaşmalarımızı yaptık. Yaz aylarında üretimleri tamamlayıp yeni eğitim öğretim yılında ilk teslimatlarımızı yapacağız. Ayrıca ürünümüzün hayvanlar, yaşlılar ve kullanılan diğer kıyafetlere entegre edilebilen versiyonlarını da çıkarmaya hazırlanıyoruz.

Slothes İş Geliştirme Direktörü ve Kurucu Ortağı Kadir Demircioğlu

Akıllı kıyafet denince ne anlaşılıyor? Biraz ürünlerinizi anlatabilir misiniz?

> Akıllı kıyafetler kullanım alanı konusunda da geniş bir yelpazeye sahip ve neler yapabileceğiniz hayal gücünüze ve teknik bilginize bağlı.

Bizim için akıllı kıyafet; telefonunuzu, televizyonunuzu, evinizdeki tüm aletleri yani neredeyse hayatınızın tamamını kıyafetiniz üzerinden kontrol etmenizi sağlayan inovatif ürün demek. Akıllı kıyafetler kullanım alanı konusunda da geniş bir yelpazeye sahip ve neler yapabileceğiniz hayal gücünüze ve teknik bilginize bağlı. Bu nedenle önemli olan, hayatı kolaylaştıran ürünler geliştirmeye odaklanmak ve satılabilir ürünlerle pazarda yer almak. Daha önce anlattığım Slothes Finder ve Slothes Pio'nun yanı sıra Slothes Thermo ürünümüz de sağlık alanında kullanılmaya hazır. Thermo ile kullanıcıların vücut sıcaklıkları anlaşılabiliyor. Tamamen bitki özlerinden üretilen termokromik boya ve bu boyanın uygulandığı kumaşlar 100 yıkamaya kadar üzerlerinde bakteri barındırmama özelliğine de sahip. Özellikle sağlık alanında kullanılması amaçlanan bu ürünümüz ile öncelikle bebeklere yönelik çalışmalar gerçekleştirdik. Bebeklerin vücut sıcaklıklarındaki ani değişikliklerin en hızlı şekilde anlaşılmasını sağlayabiliyoruz. Bebeklerin standart vücut sıcaklığı olan 37.5 derecenin üstüne çıkılması durumunda kıyafetin renk değiştirmesi ile bebeğin hastalanacağı ya da sağlık durumunda bir değişiklik olup olmadığı anında anlaşılabiliyor. Örneğin mavi olan tişört sıcaklık değişimine göre beyazlaşıyor.

Türkiye'de tekstili, teknoloji ve tasarımla buluşturdunuz. Türkiye'de sizden başka bu alanda olan şirketler ya da girişimler var mı?

Biz tekstili teknoloji ve tasarımla buluşturuyoruz ve buna 3T açılımı diyoruz. Slothes gibi sadece akıllı kıyafetlere odaklanan bir Türk firması bulunmuyor. Fakat sağlık alanında çeşitli akıllı kıyafet girişimleri olduğunu biliyoruz, fakat bunlar da henüz proje aşamasında olan, hayata geçirilmemiş projeler.

> Giyilebilir teknolojiler pazarının 2020'de 411 milyon dolarlık bir hacme ulaşması bekleniyor. 2020'de pazarın potansiyeli 34.2 milyar dolar olacak.

Dünyada akıllı kıyafet sektörü ve bu pazara talep nasıl? Ciro anlamında ne kadar büyük bir pazardan bahsetmek gerekiyor?

2016 yılında giyilebilir teknolojiler 123 milyon dolarlık bir pazar hacmine sahip. Otoritelere göre pazarın asıl potansiyeli ise 14 milyar dolar. Pazarın, 2020 yılında 411 milyon dolarlık bir hacme sahip olması bekleniyor. 2020'de pazarın potansiyelinin de 34.2 milyar dolara ulaşması öngörülüyor.

Türkiye'de akıllı kıyafet sektörü hangi konumda bulunuyor? Pazarın büyüklüğü nasıl? Kısacası bu sektörün potansiyeli nedir?

Türkiye'de akıllı kıyafet sektöründen bahsetmek için çok erken. Türkiye, pamuktan ipliğe ve tüm tekstil ürünlerine kadar dünyada başarısını ve kalitesini kanıtladı. Sektördeki ve pazardaki değişimler ile beklentileri iyi analiz edemezsek bu avantajımızı kullanamayız. Biz de bu nedenle Türk tekstil sektörünün geleceğine odaklandık. Henüz Slothes'tan başka iç pazarda yer alan bir firma yok, sadece girişimler var. Bu nedenle piyasayı biz oluşturacağız. Fakat bir ürün üretip arkamıza yaslanmayacağız. Sürekli kendimizi ve ürünlerimizi geliştireceğiz. Şu anda rafta bekleyen altı projemiz daha var. Ayrıca, Türkiye'deki akıllı kıyafet sektörünün potansiyeli ile ilgili bir araştırma yaptırıyoruz.

Bu alanda Türkiye'nin ilki sayılıyorsunuz. Bu bağlamda girişimcilere öneri ve tavsiyeleriniz nelerdir?

Aslında avantaj gibi gözüken bir durum bazen dezavantaja dönüşebiliyor. Pazarın yönelimlerini yaşayarak öğreniyoruz ve hata yapma potansiyelimiz yüksek. Bu nedenle işimizi şansa bırakmamak için piyasaları ve tüketici yönelimlerini çok iyi bilen mentorlardan destek alıyoruz. Aynı zamanda Türkiye ve dünyadaki tüketici araştırmalarını yakından takip edip yorumluyoruz. Girişimcilere verebileceğimiz en önemli tavsiye, alanlarında uzman ve sinerji yaratabilecek bir ekip kurmalarının yanı sıra çok iyi analizlerle ortaya çıkardıkları projelerini hayata geçirmek için karşılaştıkları hiçbir zorlukta yılmamaları. Biliyoruz ki insanların hayatlarına dokunan, hayatlarını kolaylaştıran, katma değer yaratan ürünler ortaya çıkarıp bunu doğru kanallarla ve doğru şekilde pazarlarsanız başarılı olmamanız için hiçbir neden kalmaz.

"Satışlarımızı yüzde 300 artıracağız"

Şu anda sadece Slothes Finder isimli ürünümüzün satışını yapıyoruz. Bireysel satıştan önce kurumsal satışlara başladık. Kontrollü bir şekilde büyümek istediğimiz ve operasyonda sıkıntı yaşamamak adına eğitim kurumlarına ön satışlarımızı gerçekleştirdik. Bu yaz tüm siparişlerin üretimlerini tamamlayıp ağustosta teslimatlarını gerçekleştireceğiz. Bu süreç öncesinde geliştirdiğimiz prototiplerimiz ile gönüllü kullanıcılardan tüm geri dönüşleri aldık. Kullanım sırasında yaşanan ufak sorunları düzeltip gelen öneriler doğrultusunda da akıllı kıyafete ve yazılıma ek özellikler ekledik. Önümüzdeki yıl satış oranımızı yüzde 300 oranında artırmayı hedefliyoruz. Ardından da bireysel satışlara başlayacağız. Bu doğrultuda da ekibimizi genişleteceğiz.

Faktoringde tekstil ve tekstil ürünleri sanayiinin payı artıyor

İhracat faktoringi ve tedarikçi finansmanı modeli, sektörün büyüme eğilimini destekliyor. Ekonominin sıkıştığı dönemlerde doğru adresin faktoring olduğunu söyleyen sektör temsilcileri, sektörel olarak bakıldığında iş hacminde en büyük paylardan birinin de tekstil olduğunu ifade ediyor.

Faktoring, tüm işletmelerin, üreticilerin, yurtiçi ve uluslararası ticaret yapanların kullanabileceği bir finansman aracı. Günümüzde dünya çapında klasik finansman metotlarına alternatif olarak büyük bir hızla ikame edilmekte olan faktoring, gıdadan turizme, otomotivden kimyaya, tekstilden dayanıklı tüketim mallarına kadar çok ve çeşitli sektörde kullanılıyor. Faktoring firmaları yüz milyarlarca dolarlık cirolara konu oluyor.

Dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde faktoring sektörünün ekonomideki penetrasyonları yüzde 10-12'lerin üzerinde. Türkiye'de ise bu oran yüzde 6'lar seviyesinde. Bu da bize, Türkiye'de faktoring sektörünün önünün oldukça açık olduğunu gösteriyor. Geçen yılın ilk yarısında düşen kâr marjları, kullandırılan finansmanların tahsilatları gibi konular öne çıkmış olsa da, yıl sonunda sektör büyümeye devam etti. 2016 yılında da sektörün büyümeye devam etmesi bekleniyor. Faktoring işlemlerinde yukarıda da ifade ettiğimiz üzere tekstil en çok payı alan sektörler arasında bulunuyor. 2016 yılının ilk çeyrek verilerine bakıldığında 28.2 milyar TL'lik bir hacim ortaya çıktı. Bu hacmin yüzde 8.9'u tekstil ve tekstil ürünleri sanayiinden geldi. Tekstil sektörü, faktoring ürününü, nükleer yakıt-petrol ürünleri-kömür ürünleri, toptan ve perakende ticaret ve inşaat ile birlikte en çok kullanan sektörler arasında yer aldı. 2015 yılı verileri incelendiğinde 119.7 milyar TL'lik bir faktoring işlem büyüklüğü gerçekleşti ve bunun yüzde 7.4'ü tekstilden geldi. 2016 yılının ilk üç aylık rakamlarına bakıldığında bu yüzde 7.4'lük tekstil payı oranının yüzde 8.9'a yükseldiği görülüyor.

İhracat faktoringine ilgi

Son verilere göre işlem hacminin yaklaşık yüzde 18.4'ü ihracat faktöringinden geliyor. Türk faktoring sektörü, uluslararası bağlantıları sayesinde uluslararası işlemlerde de şirketlere hizmet veriyor. Bu hizmet sayesinde ihracatçılar mal mukabili satış yaptıkları alıcılarına güvenle satış yapabildiklerinden, mevcut müşterileri de daha fazla büyüme imkânına kavuşuyor. Yeni çalışmaya başlayacakları müşterilere verilen faktoring garantisi sayesinde açık hesap satış yapma imkânını yakalıyor. Türkiye'de yapılan ihracatın yaklaşık yüzde 60'ı mal mukabili yapılıyor, bu nedenle bu pazarın potansiyeli çok yüksek. 2015 yılı başı itibariyle Eximbank ile yapılan anlaşma sonrasında artık düşük maliyetli Eximbank kaynakları da müşterilere sunulabiliyor.

> Tekstil sektörü, 2016'nın ilk çeyreğinde faktoring ürününü en çok kullanan sektörler arasında yer aldı.

Faktoring sektörünün büyüme trendi son birkaç yıldır yaşanan ekonomik durgunluğun etkisiyle yavaşlama eğilimine girdi. Önceki yıllardaki kadar yüksek bir büyüme oranı olmasa da, hâlâ dünya ve Avrupa ortalamalarına kıyasla hızlı büyüyoruz. İhracat faktoringinin ise yurtiçi işlemlerden daha hızlı geliştiğini söyleyen TEB Faktoring Genel Müdürü Çağatay Baydar, "Şu anda ihracat faktoringi, toplam faktoring hacminde yüzde 20 büyüklüğe sahip. Yurtiçinde yaklaşık yüzde 10 büyüme beklerken, ihracatta yüzde 20'lik

Tedarik finansmanının avantajları...

Tedarikçi finansmanı, kurumsal segmentteki alıcı açısından da müşteri konumundaki satıcı açısından da birçok avantaj içeriyor.
Alıcı tedarikçilerini söz konusu sisteme dahil etmekle;

- Ödeme vadelerinde esneklik, daha uzun vadeli tedarik yapabilme olanağı kazanıyor.
- Tedarikçilerinin finansman kaynaklarını artırarak uzun vadeli ve kesintisiz tedarik olanakları elde ediyor.
- Tedarikçilere farklı tarihlerde ödeme yapma, bu ödemeleri takip etme gibi operasyonel yüklerden kurtulup, tüm tedarikçilerini tek bir sistem üzerinden takip şansı yakalıyor.

Bu sisteme dahil olan tedarikçi tarafının en büyük avantajı;

- Teminat sıkıntısı yaşamadan hızlı bir finansman olanağı yaratabilmesi.
- Bu sayede nakit akışını düzenler, asıl işi olan hizmet/üretime odaklanır, satış hacmini artırabilir, satış vadesini uzatarak rekabet avantajı elde eder.
- Peşin alım yaparak yüksek piyasa iskontolarından faydalanır ve kârlılığı artar.

Bu yılın ilk üç ayında, Türkiye'nin toplam ihracatında gerilemeye rağmen ihracat faktoringi artmaya devam etti. İhracat faktoringi alanında Türkiye yıllar içinde hızla gelişti.

büyüme bekliyoruz. Bu da gelecek yıl yüzde 20'lik değil de yüzde 21-22 civarında bir paydan bahsedeceğimizi gösteriyor" diyor.

Petrol ürünleri sektörü 2015'te toplam iş hacminde yüzde 24'lük bir paya sahipken bu yıl yüzde 17 seviyesinde. Yani en büyük sektörde, faktoringin kaybı yüzde 26. Bu sektörü göz ardı ettiğimizde yıllık iş hacminin ortalama yüzde 8 arttığını görüyoruz. Reel verilerle bakarsak bankacılığa paralel bir artış var. İhracat tarafına baktığımızda işin rengi daha olumlu. Yurtiçinde ciro aynen korunurken ihracatta dolar bazında yüzde 8'lik artış var. Ayrıca bu yılın ilk üç ayında Türkiye'nin ihracatında geçen yıla göre dolar bazında yüzde 11 gerileme var. Yani Türkiye'nin toplam ihracatında gerilemeye rağmen ihracat faktoringi artmaya devam etti. İhracat faktoringi alanında Türkiye yıllar içinde hızla gelişti. Giderek daha fazla ihracatçı firma faktoring ürününü finansmanı için etkin bir yöntem olarak görmeye başladı. Finansal Kurumlar Birliği Başkanı Mehmet Cantekin bu eğilimin her yıl artacağını düşünüyor. Çünkü ihracat faktoringi ile tanışan firma, faktoringin sağladığı finansman, garanti ve tahsilat hizmetinin üçünü birden başka bir finansal kurumda sağlayamadığını fark ediyor ve çalışmaya devam ediyor.

Yine son dönemde tedarikçi finansmanı modeli ile yapılan faktoring işlemlerinde artış eğilimi olduğu görülüyor. KOBİ düzeyindeki işletmelerin daha çok ilgi gösterdiği tüketici finansmanı, 1-2 yıldır reel sektör tarafından tanınmaya başlandı.

Bu modelde, kurumsal ölçekteki, mali yapısı güçlü firmalara düzenli mal/hizmet sağlayan ağırlıklı KOBİ segmentindeki müşterilere, açık hesap alacaklarına istinaden finansman sağlanıyor. Bu segmentte bulunan orta ve küçük ölçekli firmaların bankacılık sektöründe teminat sıkıntısı yaşamaları nedeniyle, tedarikçi finansmanı bu segment için hızlı ve esnek bir alternatif finansman kaynağı yaratıyor. Son dönem ekonomik konjonktür ile finansal piyasalar daraldı ve KOBİ'lerin banka kaynaklı finansman olanakları daha da sınırlandı. Bu nedenle tedarikçi finansmanına talep her geçen gün artıyor ve önümüzdeki yıllarda da bu talebin artarak sürmesi bekleniyor.

Tekstil, tedarikçi finansmanı ürününü kullanan sektörler arasında başı çekiyor.

Creditwest Faktoring Genel Müdür Yardımcısı Burcu Evrenosoğlu'nun verdiği bilgiye göre tekstil, tedarikçi finansmanı ürününü kullanan sektörler arasında başı çekiyor. Yine tekstilin yanında medya, perakende gibi tedarikçi sayısı yüksek sektörlerden daha fazla talep geliyor.

Son 1-2 yıllık dönemde kur ve faizdeki artış ile beraber KOBİ'lerin işletme sermayesi ihtiyacının daha da büyüdüğünü söyleyen Burcu Evrenosoğlu, "Maalesef bankacılık kaynaklarına ulaşım imkânları daha da daraldı. Bu denklemde tedarikçi finansmanı bankacılık sektörüne ciddi bir alternatif olarak KOBİ'lere sunuluyor. Bu nedenle çok tercih ediliyor ve her geçen gün önemi daha da artıyor. Özellikle e-fatura kullanımının yaygınlaşması ile bu ürün daha da yaygın hale gelecektir" diyor.

Faktoring işlemlerinde tekstil ve tekstil ürünleri sanayiinin payı

Dönem	Sektör büyüklüğü (milyar TL)	Tekstilin payı (%)
2016/3 ay	28.234	8.9
2015	119.653	7.4
2014	116.009	7.1
2013	93.832	9.2
2012	77.318	8
2011	70.714	9.3

TEB FAKTORİNG GENEL MÜDÜRÜ ÇAĞATAY BAYDAR

Hedefimiz, ihracat faktoringinde en iyi olmak

Türkiye'de toplam faktoring işlemleri içinde ihracat faktoringinin payı yüzde 20'lerde. Bizim ihracat faktoringi ciromuz ise toplam ciromuzun içinde yüzde 50'den fazla paya sahip. Bu durumu 2016'da da devam ettirmek istiyoruz. Çünkü ihracat faktoringi yurtiçindeki ekonomik dalgalanmalardan daha az etkileniyor ve daha düzenli bir gelir akışı sağlıyor. 2015'te ihracat faktoringinde Eximbank sevk sonrası reeskont kredilerine öncülük etmiştik. 2016'da da hedefimiz yine sektörümüzde uluslararası işlemlerde yeni ufuklar açmak. Ülkemizin değişen ihracatlarına uyum sağlayarak hizmet verdiğimiz ülke ağını genişletmek ve ihracatçımıza hareket serbestliği sağlayabilmek. Hedefimiz Türkiye'nin ihracatına en fazla aracılık edip destekleyen faktoring şirketi olmak.

FİNANSAL KURUMLAR BİRLİĞİ (FKB) BAŞKANI MEHMET CANTEKİN:

İhracat ve tedarikçi finansmanında büyüyor

2015 yılında faktoring şirketleri, TCMB kaynaklı Türk Eximbank reeskont kredilerinden faydalanmaya başladı. Bu uygulama yeni başladığı için 2015 yılında bu kaynaktan henüz fazla faydalanılamadı. Ancak 2016 yılında artması bekleniyor. Ayrıca yakın bir zamanda Türk Eximbank ile bir protokol hazırlığı içerisindeyiz. Bu protokolle Türk Eximbank poliçelerinden Faktoring sektörü de faydalanacak. Faktor Chain Internatianol (FCI) üyesi faktoring şirketleri ile garanti altına alınan ihracat işlemleri 76 ülke ile sınırlıydı. Exim sigorta poliçesi ile bu ülke sayısı 238'e ulaşacak. Bunun zaten hızlı büyüyen ihracat faktoringinin ivmesini daha da hızlandıracağını düşünüyoruz. 2016 yılında esas konsantrasyonumuz ise Tedarik Zinciri Finansmanı. BDDK, Türkiye'de tedarikçi finansmanının bir faktoring ürünü olduğunu deklare etti. Ancak uygulamada sıkıntılar var. Büyük alıcılar, binlere varan tedarikçisi ile en uygun sistemi bulmaya çalışıyorlar. Çünkü bu ürünün verimli kullanılabilmesi için hızlı finansman önemli. 90 gün vadeli bir faturanıza 60-70 günde onay alırsanız pek bir anlamı kalmıyor. Ayrıca her alıcı ya da finans kuruluşu kendince süreci hızlandırabilmek ve otomasyonu sağlayabilmek için farklı yazılım uygulamaları kullanıyor. Haliyle finans kuruluşu hepsine adapte olmak için ek maliyetlere katlanmak zorunda ya da A alıcısına tedarik sağlayan bir tedarikçi B alıcısına gittiğinde bir de onun sistemi ve şartlarına uyum sağlamak zorunda kalıyor. FKB olarak, isteyen tüm finans kuruluşlarının ve alıcıların katılabileceği ortak bir dijital platform kurmayı hedefliyoruz.

YAPI KREDİ FAKTORİNG GENEL MÜDÜRÜ BOZKURT ÇÖTELİ

İhracat faktoringi ile işletmeler rekabette öne çıkıyor

İhracat faktoringinde garanti hizmetimiz sayesinde alacakların tahsil edilmeme riskini ortadan kaldırırken, tahsilat hizmetimiz sayesinde çok daha etkin bir alacak yönetimi geliştiriyoruz. Bunların yanında talep etmeleri halinde alacakların vadesini beklemeden finansman sağlayarak nakit akışlarını düzenliyoruz. Mal mukabili ihracatlarında sunduğumuz bu hizmetlerimiz sayesinde alacak garantisi, tahsilat takibi ve finansman konularını çözmüş olan ihracatçı KOBİ'ler kendilerine daha fazla güvenerek pazarlık imkânlarını artırabiliyorlar. Ayrıca bu ürün ile KOBİ'ler rekabette öne çıkmaya başlayarak, ana faaliyet konularına çok daha fazla odaklanabiliyorlar.

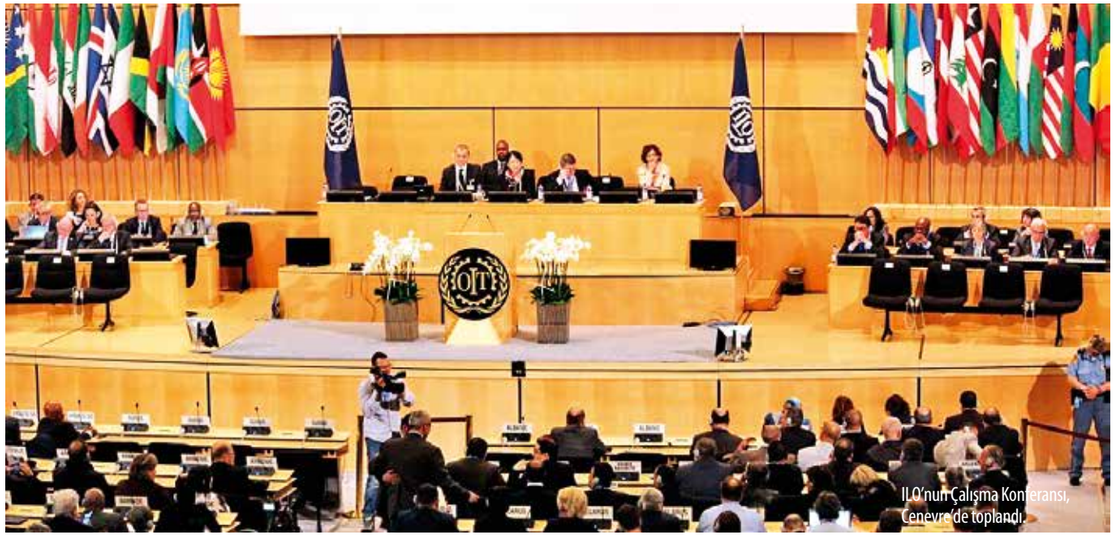
Mühendislik Terimleri Sözlüğü online olarak kullanıma açıldı

TÜBA Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğü Projesi kapsamında hazırlanan Mühendislik Terimleri Sözlüğü, on yılı aşkın süredir, iki yüzün üzerinde bilim insanının ortak çabaları ile oluşturuldu.

Sözlük; 22 mühendislik alanının temel terimlerini kapsayan, eğitim ve öğretimde, yayınlarda, yönetmeliklerde geçen, endüstri, araştırma ve ticaret pratiğinde kullanılan 30 bin terimden oluşuyor. Mühendislik Terimleri Sözlüğü'nün şimdiye kadar gerçekleştirilemeyen Türkçe'de terim birliğine varılması konusunda önemli bir rol oynayacağı; diğer yandan da Türkçe bilim ve teknoloji yazınında bir başvuru kaynağı olacağı düşünülüyor.

TÜBA Mühendislik Bilimleri Sözlüğü'nde terimlerin anlaşılabilirlik, anlam saydamlığı, benimsenebilirlik özellikleri ön plana alınmış ve çok sayıda yabancı kökenli terimin Türkçeleşmesi için öneriler getirilmiş. Sözlükte her terimin en az üç yabancı dilde (Almanca, Fransızca, İngilizce) karşılıkları bulunuyor.

Sözlüğün 'Tekstil' kısmı Ege Üniversitesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü tarafından hazırlanmış. Bilim insanlarının ve kullanıcıların desteğiyle geliştirilecek olan Mühendislik Terimleri Sözlüğü'ne ayrıca tüm ilgililerin katkısı da bekleniyor. Bu şekilde alınan geri bildirimlerle güncellenecek sözlüğün 2016 yılı basımının yapılması planlanıyor. Mühendislik Terimleri Sözlüğü'ne www.tubaterim.gov.tr adresinden ulaşabilirsiniz.



ILO'nun Çalışma Konferansı, Cenevre'de toplandı.

105. Uluslararası Çalışma Konferansı toplandı

ILO'nun 105. Uluslararası Çalışma Konferansı, 30 Mayıs-11 Haziran tarihlerinde Cenevre'de Birleşmiş Milletler Sarayı'nda toplandı.

Üye devletlerin hükümet, işveren ve işçi temsilcilerinin katılımı ile gerçekleşen Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) 105. Uluslararası Çalışma Konferansı'nda daimi maddelerin yanı sıra farklı konular da ele alındı.

Daimi maddelerin dışında ele alınan farklı konuların başlıkları şöyle:

- Tedarik Zincirlerinde İnsana Yakışır İş (Genel Müzakere)
- Barış, Güvenlik ve Felaketlerden Kurtulmak İçin İnsana Yakışır İşler - 71 Sayılı İstihdam (Savaştan Barışa Geçiş) Tavsiye Kararının Gözden Geçirilmesi (Standart Belirleme, İkili Görüşme)
- 2008 tarihli "Adil Küreselleşme İçin Sosyal Adalet" hakkındaki ILO Bildirgesi'nin Etkilerinin Değerlendirilmesi

ILO Genel Müdürü Guy Ryder, genel kurula hitaben yaptığı konuşmada, küreselleşme ile bağlantılı olarak çalışma hayatının geleceği ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri konusundaki çalışmalara dikkat çekti. Ryder, konferansa üç bölümden oluşan bir rapor sundu. Raporun ilk bölümü yoksullukla mücadele politikaları ile Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilir kalkınma hedeflerine odaklanırken, ikinci bölümü ILO'nun 2014-2015 Uygulama Programı sonuçlarının değerlendirmesini içerdi. Raporun üçüncü bölümünde ise işgal edilen Arap topraklarındaki işçilerin durumu hakkındaki bilgiler yer aldı.

> ILO Genel Müdürü Guy Ryder, genel kurula hitaben yaptığı konuşmada, küreselleşme ile bağlantılı olarak çalışma hayatının geleceği ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine dikkat çekti.

105. Uluslararası Çalışma Konferansı'nda Hükümet Delegesi olarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Süleyman Soylu, 2 Haziran'da genel kurula hitaben bir konuşma yaptı. Soylu, Türkiye'nin bugün 2.7 milyondan fazla geçici koruma altında bulunan Suriyeliye ev sahipliği yaptığını, bu durumun işgücü piyasasında ortaya çıkardığı zorluklarla mücadele etmek ve bu kişilerin mağdur olmadan işgücü piyasasına dahil olmalarını sağlamak üzere bu yılın başından itibaren çalışma izni vermeye başladıklarını ifade etti.

Konferans kapsamında ILO Avrupa Bölge Kongresi'nin gelecek yıl İstanbul'da yapılmasını öngören protokol imzalandı. Protokolü, ILO Avrupa Bölgesel Direktörü Heinz Koller ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Müsteşarı Ahmet Erdem imzaladı. Toplantı 2-5 Ekim 2017 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirilecek.

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) Genel Sekreteri Bülent Pirler, 1 Haziran 2016 tarihinde gerçekleştirilen seçimlerde Avrupa Bölgesi işverenlerini temsilen Uluslararası İşverenler Teşkilatı (IOE) Yönetim Kurulu'na tekrar seçildi.

HABER

Dünyayı sürdürülebilirlik kurtaracak

Bir şirketin devamlılığı sadece kârına mı bağlıdır? Bu kâra katkıyı yalnızca CEO ve paydaşları mı sağlar? Peki, yaşayacak bir gezegen bırakmazsak devamlılık nasıl mümkün olacak? TBL raporlama sistemi, şirketleri bu gibi sorularla yüzleştirip, evrensel bir sürdürülebilirlik standardı ortaya koyuyor.

Kıt kaynakların korunarak gelecek nesillere aktarılması, son 20 yıldır tüm dünyanın çözüm aradığı bir konu olarak karşımıza çıkıyor. İş dünyası ve uzmanların 'sürdürülebilirlik' (sustainability) diye adlandırdığı bu durumun, kurumsal bir yapı içinde uygulanıp ölçümlenmesi gerekiyordu. 90'lı yılların ortalarına doğru, bir İngiliz danışmanlık firması olan SustainAbility'nin kurucusu John Elkington, evrensel bir sürdürülebilirlik raporlama standardı ortaya koymak üzere önemli bir adım attı ve bir hesaplama sistemi oluşturdu.

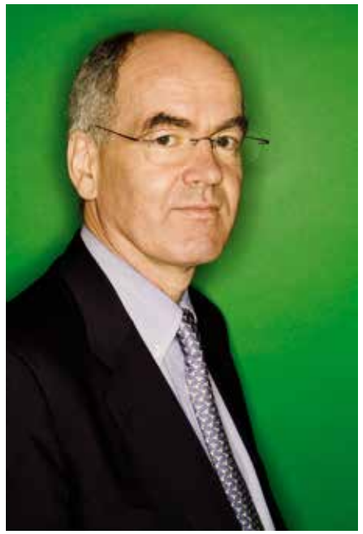
Elkington'ın, 'üçlü alt çizgi' (Triple Bottom Line-TBL) diye adlandırılan hesaplama sistemi, finansal, sosyal ve çevresel olmak üzere üç noktaya

'Üçlü alt çizgi' (Triple Bottom Line-TBL) adlı hesaplama sistemi, finansal, sosyal ve çevresel faktörlere odaklanıyor.

odaklanıyor.

Aynı zamanda 3P (Profit-People-Planet; yani Kâr-İnsan-Gezegen) olarak da adlandırılan bu sistem, klasik kâr, yatırım getirisi ve hissedar değeri hesaplamalarının ötesine geçerek, bir kurumun finansal, sosyal ve çevresel performansını ölçmeyi amaçlıyor. Bu sayede, kurumun sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemekte önemli rol oynuyor.

TBL, bir kurumun finansal performansının yanında dolaylı ya da dolaysız olarak etki ettiği tüm insanlardan ve içinde yaşadığımız gezegenden sorumlu olduğunu benimsemesi mantığına dayanıyor.



John Elkington

İnsan boyutu

TBL sistemi ile çalışan kurumlar, etki ettikleri her kişiyi düşünerek hareket ediyorlar. Mesela; pamuk ipliği üreten bir şirket, pamuk tarlasında çalışan işçiden CEO'ya, hatta bir şekilde etki ettiği her kişiye karşı sorumlu oluyor. Çalışanlarına sağlık güvencesi, iyi çalışma saatleri, eğitim fırsatları, sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı sağlamaya; çalışanlarının emeklerini sömürmemeye, çocuk işçi çalıştırmamaya ve onlara düşük maaş vermemeye özen gösteriyor.

Pozitif bir çalışma ortamı yaratmak, bu prensibi benimsemiş bir kurumun verimliliğini artıracak ve çalışanlar daha yaratıcı, daha işine bağlı hale gelecektir.

Gezegen boyutu

Dünyadaki tüm şirketler, kurumlar, fabrikalar ve insanlar ele alındığında, gezegenimize ne kadar çok zarar verdiğimizi göz önünde bulundurmamız gerekiyor. Zararın boyutu o kadar büyük ki, Dünya'yı kirletip tüketmemiz bir yana, atmosferin dışında bile çöp yığınlarımız var. Rusya Bilimler Akademisi'ne göre, Dünya yörüngesinde 20 binden fazla irili ufaklı eski uydu bulunuyor. Bu acı duruma bir son verip, gezegenimizi ve gelecek nesilleri korumak için TBL gibi prensiplere ihtiyacımız var.

TBL prensibi ile çalışan kurumlar, ekolojik ayak izlerini azaltmak için büyük çaba sarf ediyorlar. Sürdürülebilirliği sağlamak için uğraşıp, daha yeşil bir kurum olmayı hedefliyorlar. Enerji kullanımını azaltacak yenilikler getirip, daha az su tüketip, daha az kimyasal madde kullanıyorlar. Yenilenebilir enerji kaynakları kullanıyor, insanlar ve Dünya için zararlı olabilecek ürünler üretmiyorlar.

Kâr boyutu

Kâr, TBL prensibi ile çalışan ya da çalışmayan tüm şirketlerin sahip olduğu geleneksel bir alt çizgi. Ancak geleneksel kâr alt çizgisinin aksine, TBL için kâr boyutu, sadece bir CEO'nun ve paydaşlarının değil, aynı zamanda bir topluluğun devamlılığını ve güçlenmesini de sağlıyor. TBL çerçevesinde çalışan şirketler kârlılıklarına, insana ve gezegene zarar vermeden devam etmeye çabalıyor.

Farklı sektörlerde farklı şekillerde tanımlanan TBL, birtakım çelişkiler ve tartışmalara sebebiyet verse de, kurumların tutunması gereken ortak değer şeffaflık ve ölçülebilirlik olmalı. TBL prensibinin uygulanmasında, öncelikle o kurumun üst yönetiminin, sonrasında da çalışanlarının sistemi anlaması ve benimsemesi çok önemli. Aynı zamanda iş ortakları, sivil toplum örgütleri, kamu kurum ve kuruluşları gibi sosyal paydaşlar da bu sistemin firma bünyesine adapte edilmesinde büyük rol oynuyor.

TBL prensibi ile çalışan kurumlar, sürdürülebilirliği sağlamak için uğraşıp, daha yeşil bir kurum olmayı hedefliyorlar.

Bu sistemi süreçlerine dahil etmek isteyen kurumların ekonomik, sosyal ve çevresel faktörleri farklı tabanlar altında toplamak yerine, daha kapsamlı bir ortak tabana oturtmaları gerekiyor.

TBL hesabı nasıl yapılır?

TBL hesabı için genel bir hesaplama yöntemi bulunmuyor. Üç boyut altında toplanan tüm değişkenlerin dolar birimi ile hesaplanmasını savunan bir kesim var. Ancak, bir nehri kimyasal atıkla kirletmenin parasal birimle gösterilmesinin imkânsız olduğunu savunan bir kesim de var. Bu yüzden tüm hesapların belli bir endekse göre yapılması da bir başka yaklaşım. Bir birim karmaşası yaşanmayacağı için, bu sayede firmaların, projelerin

sürdürülebilirlik karşılaştırmaları da yapılabilir. Ama o zaman da ortaya 'öznel' problemler çıkabiliyor. "Her boyut eşit mi ağırlıklandırılacak?" ya da "İnsan boyutu mu, gezegen boyutu mu daha önemli?" gibi cevapsız sorular mesela…

Bir diğer çözüm yolu, her sürdürülebilirlik ölçüsünün ayrı ayrı ele alınması. Bu yaklaşımın dezavantajı da, ortaya çıkabilecek ölçümlerin sonunun gelmeyecek olması.

Sonuç olarak, TBL özünde bir raporlama sistemidir ve bu sebeple, tek başına bir firmanın insan ve çevre üzerindeki etkisini olumlu kılmaz. Ancak, bir organizasyonun tüm alt çizgilerini geliştirmek için yön verir.

TBL gibi sistemler ile dünyamız ve insanlarımız, kâr gibi geleneksel bir çizgi haline getirilebilir.

Sürdürülebilirlik bilincine sahip politikacılar, yöneticiler, çalışanlar olduğu sürece, TBL gibi sistemler ile dünyamız ve insanlarımız, kâr gibi geleneksel bir çizgi haline getirilebilir. Sürdürülebilirliğe katkıda bulunmak, çocuklarımıza eksiksiz bir gelecek bırakmamızı sağlayacaktır.

Bilgi için: İrem Yılmaz, irem.yilmaz@tekstilisveren.org.tr, Tel: (0212) 344 07 77

HABER

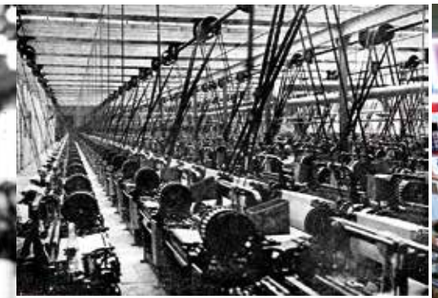
PAMUK İPLİĞİ ÜRETİMİ YENİDEN MANCHESTER'DA

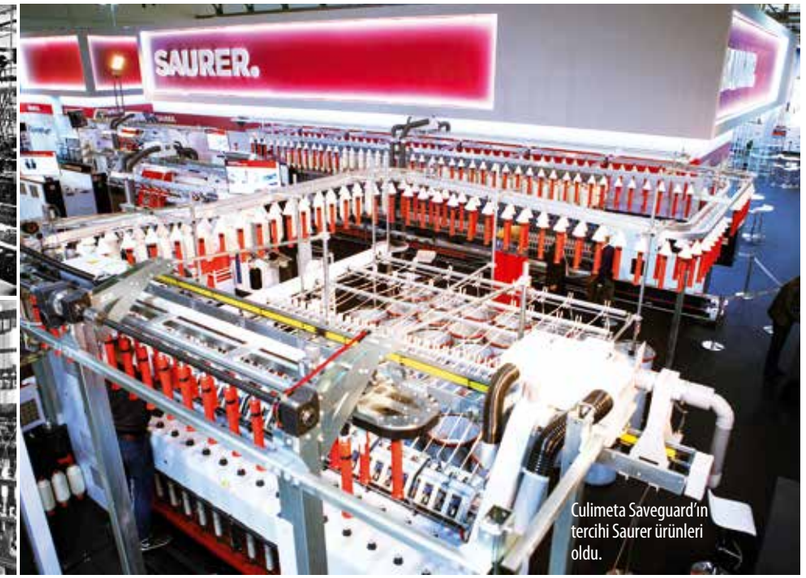
Bir dönem pamuk ipliği üretiminin kalbi olan Manchester'da son pamuk ipliği fabrikasının kapanmasının üzerinden 30 yıl geçti. Ve şimdi, Manchester'da yeni bir kompakt iplik tesisi kuruluyor.

Manchester'ın 'Cottonopolis' olarak anıldığı günlerden kalan bir kare...

Sanayi devrimi ile İngiltere pamuk endüstrisi büyük gelişmeler gösterdi. Endüstriyel pamuk ipliği üretimi 18. yüzyılda İngiltere'de başladı. Richard Arkwright 1781'de ilk buharla çalışan pamuk ipliği fabrikasını Manchester'da açtı. 1853 yılında ise sanayileşmenin kalbinin attığı Manchester'da, en az 108 pamuk ipliği fabrikası vardı. Dünya üretiminin yüzde 80'ini Manchester'daki üretim oluşturuyordu. Bu yüzden Manchester, 'Cottonopolis' (Pamuk Şehri) ismiyle anılıyordu. Pamuk endüstrisi gelişimi için İngiltere'nin kuzey batısı neden bu kadar önemli bir bölgeydi?
Bölgenin iklimi yüksek nemliliği sayesinde pamuk ipliği üretimi için mükemmel bir ortam sağlıyordu. Ayrıca bu bölgede yüksek miktarda kömür madeni bulundu ve bu madenler pamuk ipliği fabrikaları için enerji sağlıyorlardı. Nüfusu yüksek bir bölge olduğu için yeterli sayıda işçi çalışabiliyordu. Bir de süratle büyüyen Liverpool Limanı, ham pamuk ithalatını ve işlenmiş pamuk ürünleri ihracatını sağlıyordu.
Pamuk ipliği üretimi, stoklaması ve ticareti açısından tüm koşulları sağlayan bu bölge bir merkez haline geldi ve giderek güçlendi, ta ki I. Dünya Savaş'ına kadar… Savaş nedeniyle İngiltere ihracatını durdurdu ve pamuk ipliği üretimi bu süreçle beraber düşüşe devam etti. Öyle ki, 1960'larda ve 1970'lerde neredeyse haftada bir fabrika kapanıyordu. 1980'lerde son fabrika da Greater Manchester'da kapandı.
Son fabrikanın kapanmasının üzerinden 30 yıl geçtikten sonra pamuk ipliği tekrar İngiltere'deki evine döndü. Culimeta Saveguard şirketi, English Fine Cottons markası için Greater Manchester'da eski Tower fabrikasının tarihi binalarına dünyanın en modern pamuk ipliği fabrikasını kurdu. Tower fabrikası, son pamuk ipliği üretimini 1955 yılında yapmıştı. Culimeta-Saveguard, üst düzey İngiliz şirketlerine yüksek kalite pamuk ipliği üretebilmek için yeni Tower fabrikasına neredeyse 6 milyon sterlin yatırım yaptı. Üst kalite hammaddeler Barbados, Hindistan, Mısır ve ABD'den ithal edilmeye başlandı. Söz konusu yatırım toplamı, 4.8 milyon sterlini doğrudan şirketin yatırımı ve 1 milyon sterlini ise Tekstilde Büyüme Programı'ndan sağlanan hibeden oluşuyor.
Pamuk ipliği fabrikası için son teknoloji makineler Alman, Saurer Zinser firmasından geliyor. Culimeta-Saveguard üst düzey müşterilerinin gereksinimlerini eksiksiz karşılamak için Zinser'i tercih etti. Dolayısıyla, ultra ince, taranmış kompakt pamuk ipliği üretimi için birinci tercih modern Zinser ring iplik eğirme makineleri oldu. Zinser 351 2Impact FX, Impact FX otomatik temizlemeli kompakt birimi ile donatıldı. Bu kompakt iplik eğirme teknolojisi, üstün kalite ve yüksek maliyet etkinliği ile nihai süreç güvenilirliğini bir araya getiriyor.
Saurer Zinser'de makinelerin siparişleri konusunda büyük bir heyecan var. Dünya'nın birçok yerinden tekstil firmaları Zinser teknolojisinin yararlarının farkında. Ancak, bu siparişin duygusal bir tarafı da olduğu için heyecan büyük.

Manchester'da 1850'li yıllarda 108 pamuk ipliği fabrikası vardı.





Culimeta Saveguard'ın tercihi Saurer ürünleri oldu.

Culimeta Saveguard, English Fine Cottons markası için Greater Manchester'da dünyanın en modern pamuk ipliği fabrikasını kurdu.

Saurer Zinser Üretim Müdürü Burcu Seviniş

Saurer Zinser Üretim Müdürü Burcu Seviniş, firmalarının ring iplik eğirme makinelerinin İngiltere'deki yeni pamuk ipliği tesisinde kurulacak olmasından gurur duyduğunu, pamuk ipliği üretiminin tekrar evine döndüğünü ve Zinser'in de orada olduğunu dile getirdi. Seviniş'e sorduğumuz sorular ve yanıtları şöyle…

Uzun bir aranın ardından eski pamuk şehri Manchester'a bu denli büyük bir yatırım olması hakkında neler düşünüyorsunuz?

Medeniyet tarihinde önemli bir rolü olan pamuk her ne kadar 7 bin yaşında olup serüveninde Meksika'dan Çin'e bir sürü kültürde önemli bir rol oynamış olsa da Cottonopolis unvanını almak, 18. yüzyılda ilk buharla çalışan eğirme makinelerinden oluşan iplikhaneleriyle Manchester'a nasip olmuş. Şöyle bir sanayi devriminin başladığı yıllara, 1853'e dönüp bakarsak, 108 iplikhanesi ile dünya iplik ihtiyacının yüzde 80'ini karşılayan bir şehir olarak bu unvanı almakta haksız da sayılmazlar. Bu bağlamda İngiliz şirketi Culimeta Saveguard'ın da 'English Fine Cotton' markalı üretimi için, bir zamanlar iplik ve dokuma sanayiinin kalbinin attığı şehrin tarihi Tower Mill binalarını tercih etmesi de haliyle bir tesadüf değil. Barbados, Hindistan, Mısır ve ABD'den ithal ettikleri pamuk ile Ne 60 ultra ince penye kompakt üretmeyi planlayan Culimeta Saveguard'ın fitilden bobine tüm makine parkurunda Saurer ürünlerini tercih etmesi bizim için son derece gurur verici bir gelişme. Bir Saurer markası olarak biz, Zinser'de high-end iplik segmentinde faaliyet gösterecek Culimeta'nın dünyanın en modern full otomasyonlu pamuk tesisi olmayı hedeflediği bu projede fitil, ring makinelerimiz ve bobin transport sistemimizle yer almaktan çok mutluyuz.

Sizce, İngiltere'de pamuk ipliği üzerine bu şekilde büyük yatırımlar yapılmaya devam edecek mi? Bu yatırım sektörel bir canlanma işareti mi, yoksa münferit bir durum mu?

Zinser, her ne kadar en kaliteli ipliklerin üretilmesinin hedeflendiği böyle tarihi bir projenin parçası olmaktan gurur duysa da, bu yatırımı Manchester'da sektörel bir canlanma olarak görmüyor. Daha çok tarihi değeri olan bir proje olarak değerlendiriyoruz.

Tüm dünyaya tekstil makineleri tedarik eden bir firmanın temsilcisi olarak Avrupa'da tekstil sektörünün durumu hakkında tespitleriniz neler? Sizce İngiltere'deki gibi yeni yatırımlar olacak mı?

Seri üretim veya global tanımıyla mass production uzun zaman önce Asya'ya taşındı ve Zinser, bu eğilimin aynı şekilde devam edeceği kanaatinde. High end makine parkurları olan Türkiye, Amerika gibi tekstil ülkelerine baktığımızda ise yatırımların içeriğinin daha ziyade yüksek kaliteli niş ürünleri üretebilmek adına full otomasyonlu iplikhanelere veya entegre tesislerine yönelik olacağını öngörüyoruz. Fitilden nihai ürün bobine hatta paletleme hattı da dahil olmak üzere full otomasyonu tercih eden tesisler böylelikle hem bir yandan personel maliyetlerini azaltabilecek, hem de şu sıralar özellikle bulundukları bölgelerde diğer rakip sektörler sebebi ile personel bulmakta, bulsa da uzun süreli tutmakta zorlanan işletmeler de bu riskten kaynaklanan masraflarını minimize edebilecekler. Böylelikle, hammadde, enerji, altyapı, diğer üretim maliyetlerine kıyasla personel maliyeti totalde çok daha küçük bir rol oynayacak ve esneklik, kalitede önemli bir kalem olan hammadde maliyetleri önem kazanacak. İçerisinde en büyük bileşeni Türkiye olan Avrupa`da tekstil sektörü ile ilgili tespitlerimiz ise tüketici pazarına yakınlıkları ile tekstil tedarik zincirinde önemlerini yitirmeyecekleri kanaatindeyiz. Özellikle stoksuz çalışan ve zamanla giderek artan koleksiyon sayılarıyla Avrupa mağazaları için kısa ve esnek teslimat süreleri ile Türkiye önemli bir avantaja sahip.

Zinser, her ne kadar en kaliteli ipliklerin üretilmesinin hedeflendiği böyle tarihi bir projenin parçası olmaktan gurur duysa da bu yatırımı Manchester'da sektörel bir canlanma olarak görmüyor.

Bilgi için: İrem Yılmaz, irem.yilmaz@tekstilisveren.org.tr, Tel: (0212) 344 07 77

HABER

Çocuk giyim pazarı yükselişte

Çocuk giyim alanında faaliyet gösteren organize perakende markalarının sayısının artması ve Koton'dan DeFacto'ya kadar hazır giyim markalarının bu alandaki yatırımlarını artırmaları pazarı büyütüyor. Ancak pazarı hâlâ LCW domine ediyor.

Çocuk modasında yaşanan gelişim, son yıllarda 0-12 yaş arası çocuk giyim pazarını büyütüyor. Dünyadaki büyüklüğü yaklaşık 25 milyar dolar seviyelerinde olduğu tahmin edilen çocuk giyim pazarı, Türkiye'de 3 milyar TL'lik bir hacme ulaşmış durumda. Her yıl yaklaşık yüzde 15'lik büyüme gösteren bu alanda büyümenin motoru faaliyet gösteren organize perakende markalarının sayısının artması oluyor. Çünkü geçmişte çocuk giyim pazarında yer almayan ancak artan talebi gören Koton, DeFacto gibi yerli markalar da bu alandaki yatırımlarını son yıllarda hızlandırmış durumdalar. Bu gelişme de pazarı büyütüyor. Ancak pazar hâlâ LCW markası tarafından domine ediliyor.

0-12 yaş çocuk giyim grubunda pazardan yüzde 35-40 aralığında pay aldıklarına dikkat çeken LC Waikiki Üründen Sorumlu Genel Müdür Maria Comfort, pazar araştırmalarına göre, 0-12 yaş grubunda Türkiye'de yaklaşık 3 milyar TL'lik bir pazar büyüklüğü olduğunu söylüyor.

Pazarda marjinal bir büyüme beklentisi olmadığına işaret eden Comfort, "Pazarda LC Waikiki'nin rakipler üzerinde şimdiye kadar domine olduğu görülüyor. Uygun fiyatlı ürün arzındaki fırsatı fark eden markaların fiyat politikalarında bu yönde bir stratejiye yöneldiğini gözlemliyoruz. Diğer markaların yanı sıra açık pazar ve organize olmayan perakende kanalları da bu yönelişe paralel olarak, fiyatları daha rekabetçi hale getiriyor" diyor.

Ekolojik ürünler revaçta

Türkiye, özellikle tekstil alanında dünya çapında önemli üretim kanalıyla M&S'dan

LC Waikiki, 0-12 yaş çocuk giyim grubunda pazardan yüzde 35-40 pay alıyor.

Moda tasarımı bölümü planlanıyor

BTSO 13. Meslek Komitesi, bebek ve çocuk giyim tasarım alanının kalkınmasını sağlamak üzere projeler üretiyor. Komite bu kapsamda Uludağ Üniversitesi'nde Moda Tasarım Bölümü'nün açılması konusunda bir çalışma başlattı. 2016-2017 öğretim döneminde bahsi geçen bölümün açılması planlanıyor.

Koton da çocuk giyim pazarındaki yatırımlarını son yıllarda hızlandırdı.

Esprit'e, H&M'e kadar dünyanın önde gelen büyük markalarına üretim yapan önemli bir ülke konumunda. Dünyada özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde çevre ve doğa dostu ürünler (ekolojik ürün) önem kazanmış durumda. Türkiye'deki üreticilerin bu konudaki hassasiyet ve üretim kabiliyetlerini artırmasının hem ihracatın üretim ayağında artmasında hem de markalaşma yolunda çok büyük bir değer yaratacağına işaret ediliyor.

Türkiye'de LC Waikiki gibi marka olmayı başarabilen firmaların sayısının çoğalmasının ihracatın artmasında etkili olacağını vurgulayan Comfort, "LCW olarak 31 ülkede 650'yi aşkın mağazamızla moda perakendesi alanında faaliyet gösteriyoruz. Bu yılın ilk 6 aylık döneminde 32 ülkeye 14 milyon adet ürün gönderdik" diyor.

Trend ve moda akımlarının insanlara hızlı bir şekilde ulaşmasının sektörün büyümesinde etkili olduğuna işaret eden Comfort, şöyle devam ediyor: "Trendlerin yakından takip edilmesi, bunların ürün gamımıza zamanında yansıması ve yurtdışı isteklerini karşılama açısından başarı sağlanması ihracatın artmasında etkin olacaktır. Bir diğer önemli noktanın müşteri ihtiyaçlarını zamanında ve doğru anlamak olduğunu düşünüyoruz. Yurtdışı müşterisine de hitap eden, özel dönem ve ihtiyaçlarını karşılayacak ürünlerin koleksiyonda yer alması, müşteri memnuniyetinin sağlanması ihracatı artıracaktır."

Bursa üretimde söz sahibi

Çocuk ve bebek giyim üretiminde Türkiye'nin tekstil üssü Bursa öne çıkıyor.

Bursa, bebe ve çocuk konfeksiyonu sektöründe Türkiye üretiminin yüzde 80'ini karşılıyor.

Bebe Çocuk Konfeksiyonu Sektörü Sanayici ve İşadamları Derneği (BEKSİAD) Başkanı Halil Atalay, Bursa'nın bebe ve çocuk konfeksiyonu sektöründe Türkiye üretiminin yüzde 80'ini karşıladığını söylüyor.

Türkiye'nin bebek ve çocuk giyim sektöründe önemli bir yere sahip olduğunu belirten Atalay, "Sektörümüz Türkiye'de üretim yapıp dünyanın dört bir yanına ürünlerini ihraç ediyor. Firmalarımız, ülkemizin kalkınmasına ciddi katlı sağlıyorlar. Bu konuda BTSO liderliğinde yürütülen Ür-Ge, kümelenme ve fuarcılık çalışmaları da sektörümüze olumlu yönde yansıyor" yorumunu yapıyor.

Bebek giyim de büyüyor

Dünya hazır giyim ticaretinin yüzde 2.14'ünü oluşturan bebek giyiminde, ihracat rakamları 2014 yılında 10 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Artan sektör ve altyapı yatırımlarının yanı sıra firmalara sunulan kredi olanakları sayesinde Çin, dünya tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payını son yıllarda artırarak yüzde 34.4 ile dünyanın en büyük bebek giyim ihracatçısı oldu. Çin'i, Bangladeş, Hindistan, Kamboçya, Hong Kong ve Fransa izledi.

Bebek giyim ihracatında her yıl düzenli bir artış yakalayan Türkiye, bir önceki yıla oranla yüzde 4.7'lik bir artışla 231.1 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Türkiye, 33 milyon dolara yakın bir rakam ile en fazla Irak'a ihracat yaptı. Irak'ı 28.4 milyon dolar ile İspanya izlerken, 25.5 milyon dolar ile Almanya üçüncü sırada geldi. Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 10 ülke arasında ise İngiltere, Libya, Fransa, Hollanda, Kırgızistan, Ukrayna, Belçika ve İtalya yer aldı.

2016 yılının ilk çeyreğinde ise bebek giyim eşyası kalemlerinden biri olan dokuma bebek giyim eşyası ihracatı, en fazla ihracatı yapılan ürünler arasında kaydedildi. Bu ürün grubunda geçen yıla göre yüzde 30 artış ile 27.6 milyon dolar ihracat kaydedildi.

Çekim merkezi oluyor

Tekstil üretimi ve ihracatındaki başarısı ile dünya çapında dikkatleri üzerine çeken Türkiye, İstanbul Kids Fashion ile Avrupa ve Asya'nın çekim merkezi olmuş durumda. Türkiye'nin önde gelen bebek giyim üretici ve ihracatçı firmalarını bir araya getiren İstanbul Kids Fashion, temmuz ayında, İstanbul Fuar Merkezi'nde misafirlerini ağırladı. Fuarda, firmaların 2016 Sonbahar Kış, 2017 İlkbahar Yaz koleksiyonları yer aldı. Türkiye'de uluslararası platformda bebek ve çocuk hazır giyim sektöründe yapılan tek ve en büyük fuar organizasyonu olan İstanbul Kids Fashion'da, 0-16 yaş arası bebek, çocuk hazır giyim ve aksesuarları sergilendi. Yılda iki kez yapılan İstanbul Kids Fashion, ocak ayında Uluslararası Anne Bebek Çocuk Ürünleri Fuarı'nın (CBME Türkiye) içerisinde ve temmuz ayında 'İstanbul Kids Fashion' adı altında düzenleniyor.

Türkiye, 33 milyon dolara yakın bir rakam ile bebek giyimi pazarında en çok Irak'a ihracat yaptı.

Türkiye, stratejik coğrafi konumu itibari ile Avrupa, Avrasya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika pazarlarındaki 1.5 milyar müşteri için kolay ulaşım ve uygun maliyetler nedeni ile cazibe merkezi olarak kabul görüyor. Sektörün önde gelen uluslararası imalatçılarını, tasarımcılarını ve ticari ziyaretçilerini ön plana çıkaran İstanbul Kids Fashion, katılımcısına da pazar potansiyelini artırma konusunda geniş imkânlar tanıyor.

LC WAIKIKI ÜRÜNDEN SORUMLU GENEL MÜDÜRÜ MARIA COMFORT:

Trendler takip edilmeli

LC Waikiki olarak bugün 31 ülkede 650'yi aşkın mağazamızla moda perakendesinde yer alıyoruz. 2015 yılında 28 ülkeye 15 milyon adet ürün sevkiyatı gerçekleştirdik. Bu yılın ilk 6 aylık döneminde sevkiyat rakamımız 32 ülkeye 14 milyon adet olarak gerçekleşti. Türkiye'yi ele aldığımızda LC Waikiki gibi marka olmayı başarabilen firmaların sayısının çoğalması ihracatın artmasında etkili olacaktır. Trend ve moda akımları globalde basın aracılığıyla hızlı bir şekilde kişilere ulaşıyor. Trendlerin yakından takip edilmesi, bunların ürün gamımıza zamanında yansıması ve yurtdışı isteklerini karşılama açısından başarı sağlanması ihracatın da artmasında etkin olacaktır.

TÜRKİYE HAZIR GİYİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ BAŞKANI ŞEREF FAYAT:

Moda çocuk giyimi büyütüyor

Türk hazır giyim sektörü için çocuk giyim son yıllarda hızlı büyüyen bir pazar konumunda. 0-12 yaş arası çocuk giyimdeki büyümede son yıllarda moda trendlerindeki değişimin büyük etkisi bulunuyor. Çünkü son yıllarda çocuk giyimde anne-babaların giyimleriyle aynı ürünler çocuklar arasında moda oldu. Bu durum da çocuk pazarının büyümesine katkı sağlıyor. Çocuklar da anne babalarının giydiği kıyafetlerin aynılarını giyme konusunda oldukça istekliler. Bu talebi gören markalar da koleksiyonlarına anne-çocuk, baba-çocuk koleksiyonlarını ekleyerek bu trendden faydalanıyorlar.

HABER

GLOBAL PAZARDA ÇOCUK GİYİMİ SATIŞLARI HIZLI BÜYÜYOR

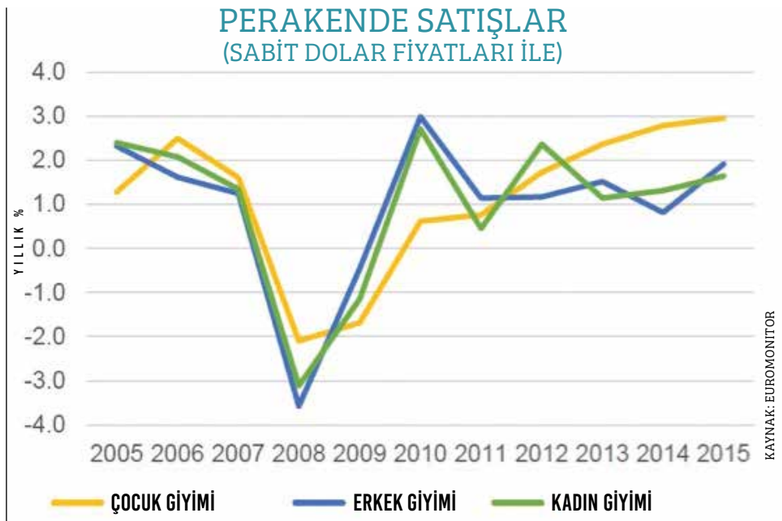
Global hazır giyim pastasından en büyük dilimi hâlâ kadın giyimi alıyor. Ama çocuk giyim pazarı da payını hızla genişletiyor. Halihazırda, hazır giyim pazarının en hızlı büyüyen kategorisi olan çocuk giyimine, global trendler perspektifinden baktık.

2015 yılında, dünya genelinde çocuk giyimi satışları 151 milyar ABD Doları'nın üzerinde bir tutara ulaştı.

Uluslararası Tekstil Sanayicileri Federasyonu (ITMF) tarafından yayımlanan bir rapora göre, son üç yıldır global hazır giyim sektöründe, çocuk giyimi satışları en iyi performans gösteren kategoriyi oluşturuyor.

Global çocuk giyimi satışlarının reel büyüme oranı, 2010 yılındaki yüzde 0.6'dan 2015 yılında yüzde 3'e artış gösterdi ve böylece erkek ve kadın giyimi satışlarındaki büyüme oranlarını geride bıraktı. Erkek ve kadın giyimi satışları, 2015'te yıllık olarak sırasıyla yüzde 1.9 ve yüzde 1.6 oranlarında arttı, dolayısıyla çocuk giyimi satışlarındaki büyümeye göre yavaş kaldı.

2015 yılında, dünya genelinde çocuk giyimi satışları 151 milyar ABD Doları'nın üzerinde bir tutara ulaştı. Ancak en hızlı büyüyen giyim sektörü olmasına rağmen, global hazır giyim satışları toplamının sadece yüzde 13'ünü oluşturdu. Zira kadın giyimi, yüzde 53 pay ile bu alanın en büyük pazarını oluşturuyor.



ayrılıyor: Bebekler ve emekleme dönemindeki çocuklar için giyim eşyaları, 0-4 yaş arası grubunu oluşturuyor. 5-14 yaş aralığına yönelik giyim eşyaları ise 'erkek çocuk' ve 'kız çocuk' olarak iki kategoriye ayrılıyor.

Global çocuk giyimi pazarında da, tıpkı yetişkinlerde olduğu gibi, kız çocuk giysisi satışları en yüksek paya sahip; yüzde 40'ın üzerinde.

Öyle görünüyor ki, anne babalar erkek çocuklarına ve bebeklere kıyasla kız çocuklarına daha sık giysi satın almaya ve daha yüksek fiyatlar ödemeye hazır. Ancak, 5-14 yaş aralığındaki kız çocukları en az nüfusa sahip.

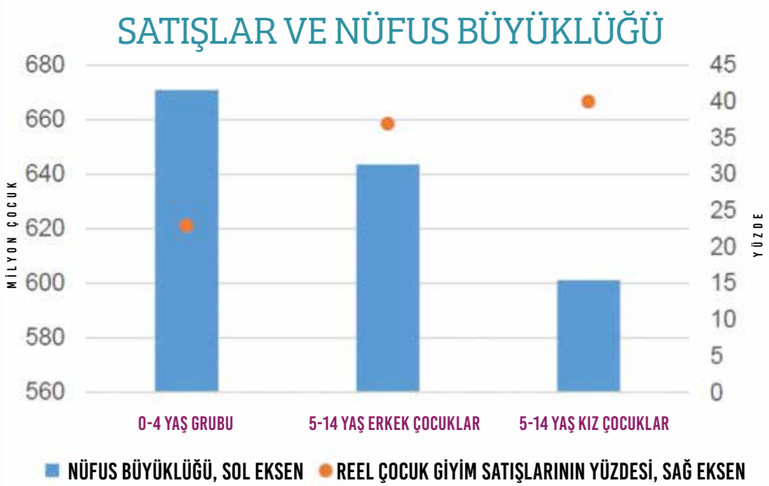
Birleşmiş Milletler'in 2015 verilerine göre, dünya genelinde 600 milyon kız çocuk mevcut, erkek çocukların sayısı kızlardan 40 milyon fazla. Bununla beraber, dünya çocuk giyimi pazarında, erkek çocuk giysisi satışları yüzde 37 ile daha düşük paya sahip.

Verilere göre, 0-4 yaş aralığındaki 670 milyon bebek ve emekleme dönemindeki çocuk, en yüksek nüfus büyüklüğüne sahip grup. Ancak bu grup da, global çocuk giyimi pazarının sadece yüzde 22'sini oluşturuyor. Bununla birlikte, bu kategori satışlarındaki artış, 5-14 yaş çocuk giyimi satışlarındaki artışı geçmiş durumda. 2015 yılında, bebek ve emekleme dönemindeki çocuk giyimi satışları yıllık olarak yüzde 3.5 oranında arttı, erkek ve çocuk giyimi satışları ise sırasıyla yüzde 3 ve yüzde 2.6 oranlarında artış gösterdi.

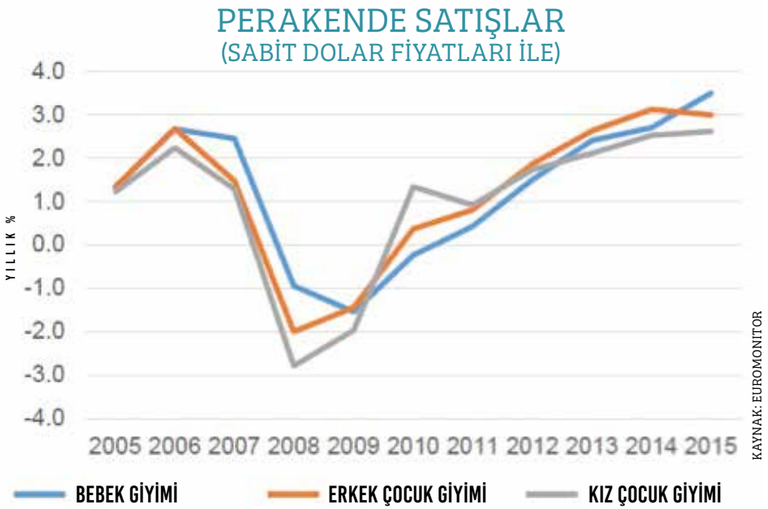
Global çocuk giyimi pazarında, tıpkı yetişkinlerde olduğu gibi, kız çocuk giysisi satışları en yüksek paya sahip; yüzde 40'ın üzerinde.

Erkek giyimi satışlarının payı ise yüzde 34.

0-14 yaş aralığındaki çocuklar için giyim eşyaları, 'çocuk giyimi' olarak tanımlanıyor. Bu alan üç kategoriye



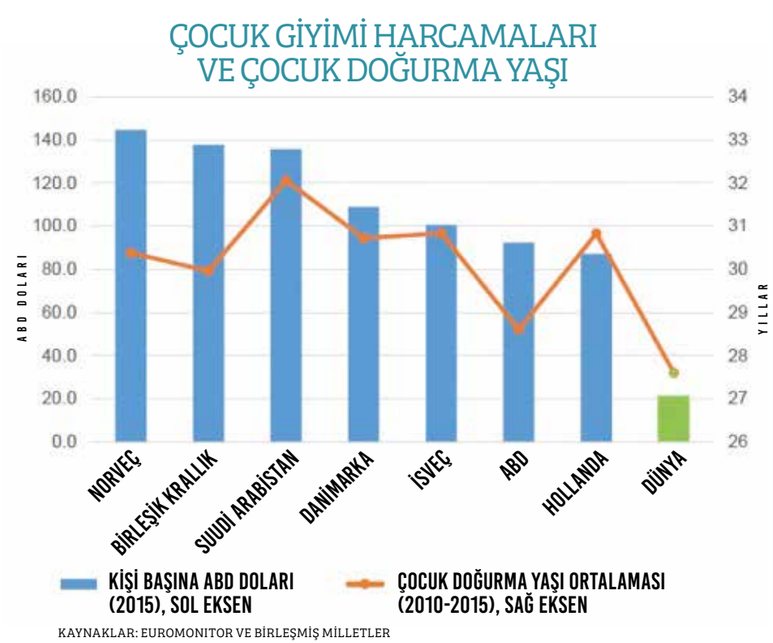
KAYNAKLAR: EUROMONITOR VE BİRLEŞMİŞ MİLLETLER



Daha büyük yaştaki anne-baba, daha çok harcama yapıyor

Doğum yapan kadınların ortalama yaşı yükseliyor. 1990-95 döneminden 2010-15 dönemine, gelir seviyesi yüksek ülkelerde çocuk doğurma yaşı ortalaması 27.4'ten 29.3'e çıktı. Tüm dünyada ise, 2010-15 döneminde çocuk doğurma yaşı ortalaması 27.6. Norveç ve Danimarka gibi çoğu Avrupa ülkesinde ise, çocuk doğurma yaşı dünya ortalamasından daha yüksek seviyede.

Çocuk sahibi olmayı hayatın daha ileri safhasına erteleme eğiliminin sebebi, daha çok kadının eğitime ve kariyer sahibi olmaya önem vermesi ile açıklanabilir. Genel olarak, daha genç yaş gruplarına göre finansal açıdan daha bağımsızlar ve daha yüksek gelire sahipler. Çocuk sahibi olmayı daha ileri yaşlara erteleyen anne ve babalar, çocuk giyimine daha fazla harcama yapma imkânına sahip. Örneğin Norveç ve İngiltere'de kadınlar ortalama 30 yaş civarında çocuk sahibi oluyor ve bu ülkelerde kişi başına çocuk giyimi harcamaları dünya ortalamasını birkaç defa aşıyor.



KAYNAKLAR: EUROMONITOR VE BİRLEŞMİŞ MİLLETLER

En fazla harcamayı Kuzey Amerikalı anne-babalar yapıyor

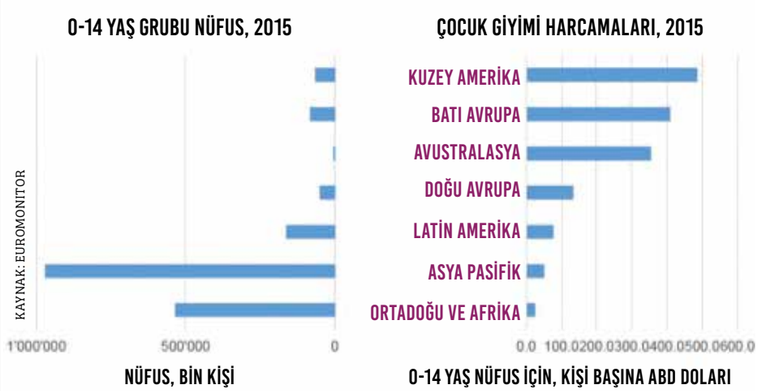
2015 yılında, Kuzey Amerikalıların 0-14 yaş aralığındaki nüfus için kişi başına harcamaları yaklaşık 500 dolara ulaştı. Bu, dünya genelinde en yüksek kişi başına harcama tutarı. Batı Avrupa'da bu tutar yaklaşık 410 dolar olarak hesaplanmış. Bu bölgelerdeki yüksek harcama tutarı ile çocuk nüfusunun büyüklüğü tezat oluşturuyor. 2015 yılında, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa, dünyadaki 0-14 yaş aralığındaki çocuk nüfusunun sırasıyla yüzde 3.6'sını ve yüzde 4.5'ini oluşturuyor. Buna karşın, Asya Pasifik bölgesi dünya çocuk nüfusunun yaklaşık yüzde 52'sini oluşturuyor ve bu bölgenin 2015 yılındaki kişi başına harcama tutarı 51 doların altında. Dünya çocuk nüfusunun yaklaşık yüzde 29'unun bulunduğu Ortadoğu ve Afrika'da ise, bu tutar daha da düşük bir seviyede; 26 dolar.

Doğum oranı düşüyor, çocuk giyimi satışları artıyor

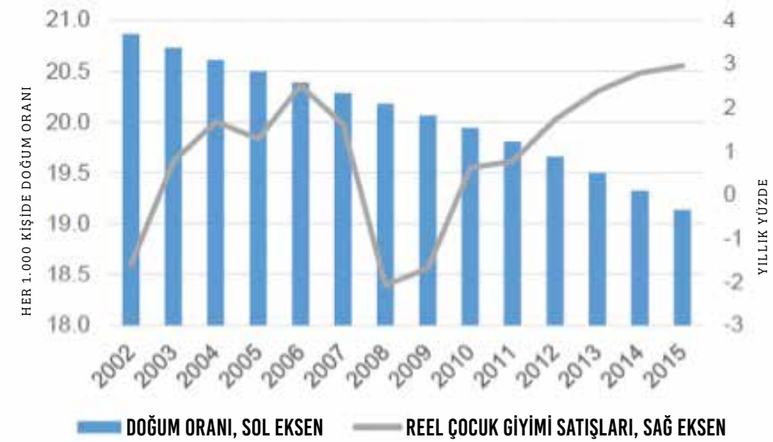
Doğum oranının düşmesine rağmen, çocuk giyimi piyasası olumlu bir performans sergiledi. Bir yıl içerisinde her 1.000 kişiye düşen canlı doğum sayısını ölçen doğum oranı, global olarak 2002 yılındaki 20.9'dan 2015 yılında 19.1'e geriledi. Ayrıca, Birleşmiş Milletler dünyada doğum oranının daha da düşeceğini tahmin ediyor; 2020 yılında 18 civarına düşeceği öngörülüyor. Bu durum, çocuk giyimi piyasası üzerinde olumsuz bir etki yaratıyor.

Bununla birlikte, diğer faktörler olumlu etki sağlıyor. Tıbbi bakım ve hijyen sektöründeki ilerlemeler, son on yıllık dönemlerde çocuk ölüm oranının düşmesine yol açtı. Dolayısıyla, dünyada 0-14 yaş aralığındaki çocuk nüfusu, 2010 yılındaki 1.85 milyardan 2015 yılında 1.92 milyara artış gösterdi. Birleşmiş Milletler daha da artış olacağını tahmin ediyor. Bu durum, çocuk giyimi pazarı için potansiyel olarak iyi bir beklenti yaratıyor. Gelişmekte olan ekonomiler de çocuk giyimi satışlarını destekliyor. Birçok yeni gelişen ve gelişmekte olan ekonomilerde, harcanabilir gelir artış kaydediyor. Daha yüksek harcanabilir gelire ve daha az sayıda çocuğa sahip olan anne ve babaların, çocukları için daha fazla harcama yapması muhtemel. Bu nedenle, çocuk giyimi satışlarında genel durum olumlu görülüyor. Bununla birlikte, bölgesel olarak oldukça farklılıklar mevcut.

NÜFUS BÜYÜKLÜĞÜ VE HARCAMALAR ARASINDAKİ FARKLILIKLAR



DOĞUM ORANI VE ÇOCUK GİYİMİ SATIŞLARI



KAYNAKLAR: EUROMONITOR VE BİRLEŞMİŞ MİLLETLER

Çocuk giyimi satışlarında olumlu beklentiler

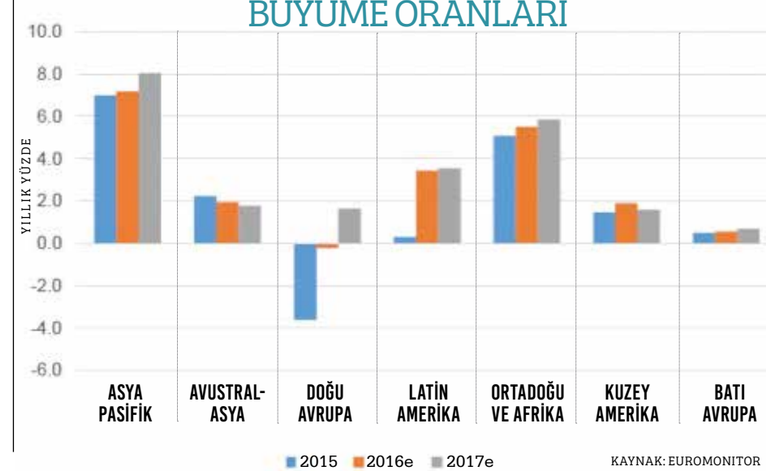
Euromonitor'ün istatistikleri, Batı Avrupa'nın 2010 yılında 37.1 milyar dolar ile en büyük çocuk giyimi pazarına sahip olduğunu ve global satışların yüzde 27'sini oluşturduğunu gösteriyor. Ancak, ondan sonra, Batı Avrupa'da satışlar reel olarak 3 milyar dolar civarında düşüş gösterdi ve 2015 yılında 34.4 milyar dolar oldu. Bu sebeple, dünya çocuk giyimi satışları içindeki payı da yüzde 23'ün altına düştü.

Bununla birlikte, Euromonitor, halen Asya Pasifik bölgesinin ardından ikinci büyük çocuk giyimi pazarını oluşturan Batı Avrupa'da, satışlarda orta seviyede bir artış bekliyor. Batı Avrupa'da 0-14 yaş arasındaki çocuk sayısının azalması beklenmekle birlikte, ki bu durum satışları olumsuz etkilemekte, Avrupa ekonomisi toparlanma sürecindeyken hane halkının satın alma gücü artış gösterecektir. Son dönemlerde özel tüketim, ekonominin temel direklerinden birini oluşturdu. İstihdamın yavaş yavaş artış göstermesi ve reel kullanılabilir gelirin istikrara kavuşmasıyla, Batı Avrupa'da çocuk giyimi satışlarının genel görünümü olumlu yönde.

Kuzey Amerika'da ise reel çocuk giyimi satışlarının 2016'da yüzde 1.9 ve 2017'de yüzde 1.6 oranında artacağı tahmin ediliyor. Dolayısıyla, satışlar bilhassa ABD'de ekonomik düzelmeden olumlu şekilde etkileniyor. ABD'de istihdam artıyor ve ücretler yavaş olmakla beraber artış gösteriyor.

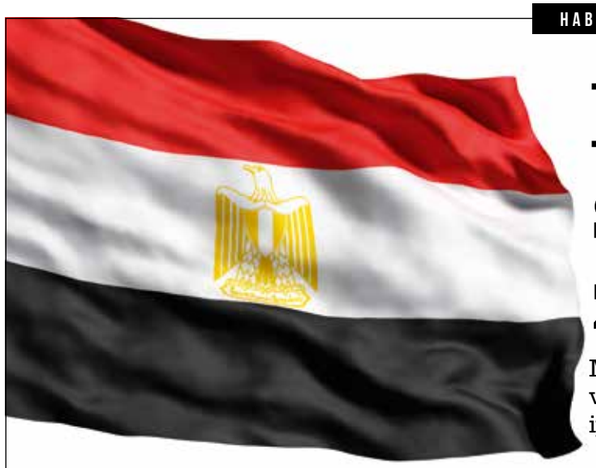
Çocuk giyimi pazarında en olumlu durum, Asya Pasifik ve Ortadoğu ve Afrika bölgelerinde izleniyor. Asya Pasifik bölgesi son yıllarda çocuk giyimi satışlarında en yüksek artışı kaydetti. 2010 yılında satışlardaki artış oranı yüzde 4.4 iken, 2015 yılında yüzde 7'ye çıktı. Asya Pasifik bölgesi dünyada 0-14 yaş arasındaki toplam nüfusun yaklaşık yüzde 51'ini oluşturuyor ve çocuk giyimi pazarında da yaklaşık yüzde 33 paya sahip. Birleşmiş Milletler, bu bölgede çocuk nüfusunun artmaya devam edeceğini öngörüyor. Bu durum, harcanabilir kişisel gelirdeki artış ile birlikte çocuk giyimi satışlarını olumlu yönde etkileyecektir. Çocuk giyimi satışları için en ümit verici bölgelerden birini Ortadoğu ve Afrika bölgesi oluşturuyor. Bu bölgedeki doğum oranları dünyanın diğer birçok bölgesinden daha yüksek. Ayrıca, bu bölge için ekonomik beklentiler olumlu. Euromonitor, bu yıl ve gelecek yıl için bu bölgede çocuk giyimi satışlarının reel olarak yüzde 6'ya yakın seviyede artacağını tahmin ediyor.

REEL ÇOCUK GİYİMİ SATIŞLARINDA BÜYÜME ORANLARI



KAYNAK: EUROMONITOR

Bilgi için: Lerzan Öztürk, lozturk@tekstilisveren.org.tr, Tel: (0212) 344 07 77



Mısır tekstil sanayiinde zor zamanlar

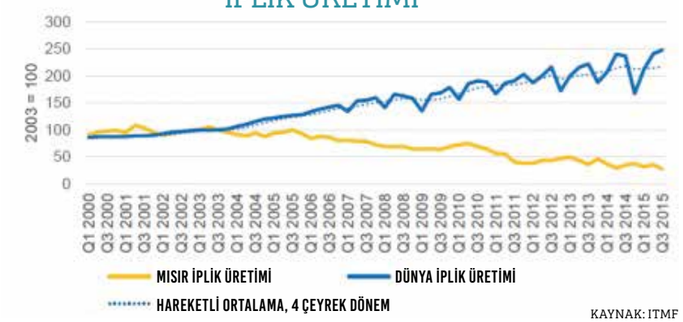
Mısır ekonomisinin temel unsurlarından tekstil ve hazır giyim sanayii güç kaybediyor. Mısır'da iplik ve kumaş üretimi düşüş eğiliminde.

Tekstil ve hazır giyim, Mısır'ın sanayi üretiminin yaklaşık yüzde 25'ini ve imalat sektöründe istihdamın dörtte birini oluşturuyor. Ayrıca, tekstil ve hazır giyim ihracatı, petrol dışı emtia ihracatı içerisinde yaklaşık yüzde 25 paya sahip.

Genel ekonomi açısından önemine rağmen, Mısır tekstil ve hazır giyim sanayii hızını kaybetti. ITMF'in Ticari Durum Raporu'na göre Mısır'da iplik ve kumaş üretimi son yıllarda düşüş gösterdi. 2000'in birinci çeyrek döneminden 2015 yılının üçüncü çeyrek dönemine kadar iplik ve kumaş üretimi sırasıyla yüzde 70 ve yüzde 80 oranlarında düştü. Bu gelişme Mısır için hiçbir şekilde normal değil. Güney Afrika gibi bazı diğer ülkelerde de iplik ve kumaş üretiminde düşüş yaşandı. Ancak bu global bir olgu değil. 2000-2015 dönemi için, ITMF istatistikleri dünya genelinde iplik ve kumaş üretiminin sırasıyla yaklaşık yüzde 150 ve yüzde 68 oranlarında arttığını gösteriyor. Çin ve Hindistan gibi ülkeler üretimlerini önemli seviyede artırdı ve tekstil ve hazır giyim sanayiinde küresel oyuncular konumuna geldi.

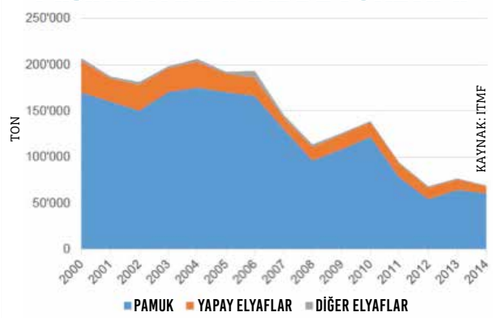
Diğer göstergeler, Mısır tekstil ve hazır giyim sanayiinin gerileme eğiliminde olduğunu doğruluyor. Örneğin, ITMF'in pamuklu sanayii istatistiklerinde görüldüğü üzere, kısa elyaf sistemde pamuk ve yapay elyaf tüketimi 2000 yılından 2014 yılına kadar düşüş kaydetti. 2000 yılında Mısır'ın pamuk tüketimi 170 bin ton iken, 2014 yılında 60 bin 300 tona düştü. Sunisentetik elyaf tüketimi ise 34 bin tondan 8 bin tona düştü. Bu gelişme, dünya elyaf tüketimindeki gelişme ile tezat oluşturuyor. PCI Fibres'ın bir analizi, 2000 yılından 2015 yılına kadar dünyada toplam elyaf tüketiminin 52.5 milyon tondan 87.9 milyon ton'a yüzde 67 oranında artış kaydettiğini gösteriyor. Afrika ve Orta Doğu bölgesinde de elyaf tüketimi 1.98 milyon tondan 2.32 milyon tona yükseldi.

İPLİK ÜRETİMİ



KAYNAK: ITMF

MISIR'DA HAMMADDE TÜKETİMİ



KAYNAK: ITMF

Olumsuz döngüsel faktörler

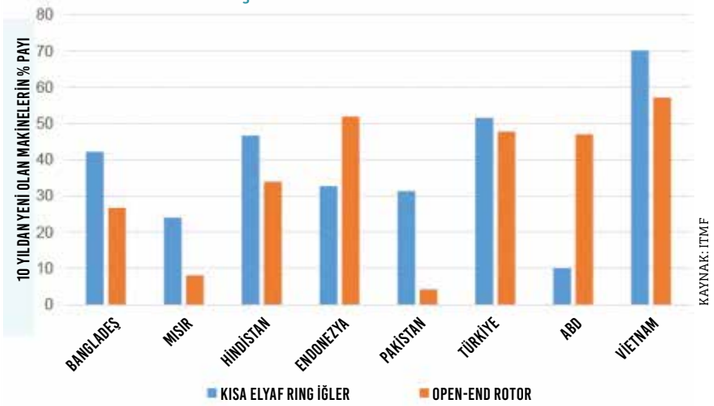
Doğal olarak, önemli ticaret ortaklarının son yıllardaki zayıf ekonomik performansı bu yavaşlamayı kısmen açıklıyor. Mısır'ın başlıca ticaret ortakları arasında Avrupa ve ABD yer alıyor. 2014 yılında, Mısır'ın toplam tekstil ve hazır giyim ihracatının yüzde 38'i Avrupa Birliği ülkelerine, yüzde 31'i ise ABD'ye yapıldı. Uluslararası ortamın oldukça zor şartlarının yanı sıra Mısır ekonomisindeki yavaşlama da ülkenin tekstil ve hazır giyim sanayii için ilave bir sıkıntı oluşturdu. 2011 yılındaki ihtilalin ardından, reel GSYH büyüme oranı 2010 yılında yüzde 5.1 iken 2011 yılında yüzde 1.8'e düştü. 2011'i takip eden yıllarda Mısır ekonomisi zayıf kaldı. Ancak, geçen yıl GSYH büyümesi yüzde 4.2'ye ulaştı. Bu büyüme oranı 2010 yılından beri gerçekleşen en güçlü büyüme oranı. Bununla birlikte, siyasi ve ekonomik belirsizlik Mısır'da özel tüketimi ve iş ortamını olumsuz etkiledi. Ayrıca, tekstil ve hazır giyim sektörü grevler ve enerji sıkıntısı nedeniyle sorunlar yaşadı.

Yapısal sorunlar sıkıntı yaratıyor

Bütün bunlara rağmen, yukarıda belirtilen döngüsel faktörler, Mısır tekstil sanayiinde devam etmekte olan gerileme eğilimini tamamıyla açıklamıyor. Önemli bir yapısal sebep, uluslararası alanda rekabet gücü kaybı olarak nitelenebilir. Örneğin, Mısır iplik sanayiinde işgücü maliyetleri, Hindistan veya Endonezya gibi rakip Asya ülkelerinden daha yüksek seviyede. ITMF'in Uluslararası Üretim Maliyetleri Mukayesesi istatistiklerine göre Mısır iplik sanayiinde işgücü maliyeti 2014 yılında kilogram iplik başına 0.06 dolar iken, Hindistan ve Endonezya'da kilogram iplik başına işgücü maliyeti sırasıyla 0.03 ve 0.05 dolar olarak hesaplandı.

Diğer bir sıkıntı ise Mısır tekstil ve hazır giyim sanayiinde yeni tekstil makinelerinin payının az olması. Son 10 yılda yapılan yeni ring ve rotor yatırımlarının kurulu kapasiteye oranı bir ülkenin iplik tesislerinin ne kadar modern olduğunu derecelendirmek için iyi bir standart oluşturuyor. Mısır'da ring ve rotor makine parkının modernizasyon oranı sırasıyla 24 ve 8. Uluslararası standartlar açısından bu, düşük bir derece. Birçok Asya ülkesinde modernizasyon oranları daha yüksek seviyelerde. Örneğin, Vietnam ve Hindistan'da ring iplik makinelerinde modernizasyon oranı sırasıyla 70 ve 47. Daha modern makineler eskilere nazaran daha verimli ve üretken olduğu için şirketlerin rekabet gücünü iyileştirmeleri açısından fayda sağlıyor.

MISIR'DA DÜŞÜK MODERNİZASYON ORANLARI



KAYNAK: ITMF

Mısır, Afrika'da en büyük tekstil ve hazır giyim imalatçısı olmakla beraber, diğer Afrika ülkeleri de ilerleme kaydediyor. Diğer Afrika ülkelerinin rekabetinin yoğunlaşması Mısır tekstil ve hazır giyim sektörü üzerinde baskı yaratıyor. Etiyopya gibi ülkeler tekstil değer zincirlerini geliştiriyor. Örneğin, Etiyopya'ya yapılan dokuma makineleri yatırımları son yıllarda artış gösterdi. Diğer taraftan, Mısır'da örme sektöründe olumlu gelişmeler göze çarpıyor. Örneğin son yıllarda yuvarlak örme makineleri yatırımları artmış durumda. Ayrıca, ITMF'in Uluslararası Tekstil Makineleri Sevkiyat İstatistikleri, 2015 yılında Mısır'a yapılan ring iplik makineleri yatırımlarında artış olduğunu gösteriyor.

> IMF'den gelen yüzde 4.5'lik büyüme tahmini, Mısır tekstil ve hazır giyim sektörü için iyi bir haber.

Umut ışığı

ITMF, Mısır tekstil ve hazır giyim sanayiinin, eski gücünün bir kısmına tekrar kavuşabileceğini öngörüyor. Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) son tahminlerine göre, Mısır ekonomisi gelecek birkaç yıl içerisinde ortalama olarak yüzde 4.5 civarında büyüyecek. Bu, Mısır tekstil ve hazır giyim sektörü için iyi bir haber. Artmakta olan istihdam, gelir ve nüfus gelecek yıllarda iç talebin güçlenmesine yol açacak. Euromonitor International, hazır giyim ve ayakkabı satış hacminin 2015'ten 2019'a yıllık olarak yaklaşık yüzde 3 oranında artacağını tahmin ediyor. Ayrıca, Mısır'ın başlıca ticaret ortaklarındaki ekonomik toparlanma da olumlu etki yaratacak.

Bilgi için: Lerzan Öztürk, lozturk@tekstilisveren.org.tr, Tel: (0212) 344 07 77

IWTO'nun 86. Yıllık Kongresi'nin ev sahibi TTSİS

Uluslararası Yünlü Tekstil Birliği'nin 86. Yıllık Kongresi 15-17 Mayıs 2017 tarihleri arasında, TTSİS'in ev sahipliği ile İstanbul'da düzenlenecek.

Kongrenin ana hatları, 17 Haziran'daki toplantı ile oluşturuldu.

Uluslararası Yünlü Tekstil Birliği'nin (IWTO-International Wool Textile Organization) 86. Yıllık Kongresi, 15-17 Mayıs 2017 tarihleri arasında Swissotel The Bosphorus, İstanbul'da Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) ev sahipliğinde gerçekleşecek. IWTO Genel Sekreteri Dalena White ve Organizasyon Müdürü Amanda Millard, 15-17 Haziran 2016 tarihlerinde İstanbul'a gelerek kongrenin detayları üzerinde çalıştı.

IWTO Yıllık Kongresi, yün sektörünün önde gelen lider ve temsilcilerinin yılda bir kez bir araya gelerek sektör stratejileri, eğilimleri ve projeleri hakkında sunumlar izledikleri, tartıştıkları uluslararası bir platform. Üç günlük kongrenin katılımcı sayısı ortalama 300'ler seviyesinde gerçekleşiyor. TTSİS Yönetim Kurulu Üyesi Cem Çelikoğlu, IWTO İcra Komitesi Üyesi Osman Kılıç, G. Modiano Yün Ticaret A.Ş. Müdürü Ronnie Danon, IWTO Genel Sekreteri Dalena White, Organizasyon Müdürü Amanda Millard, TTSİS sekretaryası ve organizasyonu gerçekleştirecek olan DEKON ekibi 17 Haziran tarihli toplantı ile kongre ana hatlarını oluşturdu.

Kongre ile ilgili ayrıntılı bilgiye önümüzdeki günlerde http://www.iwto.org/ adresinden ulaşabilirsiniz.

IWTO Genel Sekreteri Dalena White ve Organizasyon Müdürü Amanda Millard, haziran ayında kongre toplantısı için İstanbul'daydı.

Uluslararası Yünlü Tekstil Birliği nedir?

Uluslararası Yünlü Tekstil Birliği 1924 yılında, dünya yünlü tekstil ticaret ve sanayiinin menfaatlerini temsil etmek amacıyla kuruldu. Kuruluş, dünyada yün ve benzeri elyafın üretimi, ticareti, işlenmesi, iplik haline getirilmesi, dokunması, konfeksiyon ve perakendeye kadar tüm işlemlerle ilgili sınai ve ticari faaliyet alanlarında üye ülkelerin müşterek ilgi alanına giren hususları müzakere etmek için uluslararası bir forum oluşturuyor ve sektörün sözcülüğünü yapıyor. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, 1977 yılından beri Uluslararası Yünlü Tekstil Birliği üyesi.

TTSİS'ten Bilimsel Teknik Komite

Tekstil sanayiinde katma değer yaratabilecek bilimsel çalışmaların belirlenmesi için Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nın artık bir 'Bilimsel Teknik Komite'si var. Sendika, komitenin kuruluş aşamasında önemli akademisyenlerin tecrübelerinden yararlandı.

Bilimsel Teknik Komite, ilk toplantısını 23 Haziran'da sendikada gerçekleştirdi.

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, sanayide uygulanabilir bilimsel çalışmaların belirlenmesi amacıyla, bir çalışma komitesi kurulmasına karar verdi. Katma değer yaratan çalışmalar öncelikle sendika üyelerine, ardından tüm sektör temsilcilerinin ilgisine sunulacak.

Komitenin kurulumu aşamasında birçok toplantı gerçekleştiren sendikamız, bu süreçte İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Kurucu Dekanı Prof. Dr. Bülent Özipek ve North Caroline State Üniversitesi Tekstil Fakültesi Dekan Yardımcısı Prof. Dr. William Oxenham'ın tecrübelerinden yararlandı.

Üç ayda bir toplanması planlanan Bilimsel Teknik Komite, TTSİS yönetim kurulu üyeleri, Ar-Ge merkezleri müdürleri ve akademisyenlerden oluşuyor. Komite, farklı kanallardan gelen bilimsel çalışmaların özetlerini üç ayda bir toplanıp değerlendirecek ve ön elemeden geçen çalışmalar arasından nihai seçimini yapacak.

Sanayide uygulanabilir olan bilimsel çalışmaların özetleri ve çalışmanın sahibi ile ilgili bilgiler, sektöre TTSİS web sitesi, Tekstil İşveren Dergisi ve çatı kuruluşlar aracılığıyla duyurulacak.

Bilimsel çalışmalar nereden tedarik edilecek?

1. Akademik çalışmalar yapılan platformlardan

- Textile Institute
- European Technology Platform
- Hohenstein Institute
- European Centre of Innovative Textiles
- Oeko-Tex Association
- Textile Research Journal
- Journal of the Textile Institute
- Journal of Fashion Technology & Textile Engineering
- Textile Outlook
- Textiles
- Fiber Science
- Polimer

2. Kongre kitapçıklarından

3. Üniversitelerin tekstil bölümlerinin yıllık faaliyet raporlarından

Komitenin ilk toplantısı 23 Haziran 2016'da, TTSİS Yönetim Kurulu Üyesi Eşref Akın, İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Kurucu Dekanı Prof. Dr. Bülent Özipek, Aksa Ar-Ge Müdürü Orhan Çalışkan, Söktaş-Ar-Ge Müdürü Orhun Ek, Öztek Ar-Ge Müdürü Ebru Kızılay Altınel'in katılımıyla sendikamızda gerçekleşti.

Bir sonraki sayıda seçilen projeleri ve ayrıntılarını sizlerle paylaşacağız.

UK'S RADICAL DECISION, BREXIT

United Kingdom joined the European Economic Community 43 years ago during the Conservative Party period and now it's leaving the community during another Conservative Party government period. This is a first during the 58-year-long history of the European Union. 16 million of more than 30 million voters said "Leave EU" and 15 million said "Stay in EU". Cameron, who led a campaign for his country to remain in the EU but set his party and cabinet members free during the referendum, announced that he would resign after the declaration of the results. Officials stated that the EU would go on with 27 members and added "Even though it's a painful process, we expect the United Kingdom government to execute the people's decision quickly. Any delay will increase the obscurity unnecessarily." After Brexit, national income of the UK dropped behind France again. Cameron, who was expected to announce his resignment in October, transferred his duties to Theresa May quickly on July 13. First commitment of May, is completing the Brexit process successful.

IS IT THE RIGHT TIME TO BUY WORLD BRANDS?

Is it more difficult to become a world brand or buying a world brand? In the recent period, the answer to this question is in everybody's mind. This is because instead of trying to create a brand with advertising campaigns of millions of dollars, purchasing a world brand in a world trapped in crisis means having a world brand shortly. Experts emphasize that there are opportunities to purchase world brands in European countries with slowing economies like UK, France and Italy. In the past, Tema Grup purchased the "royalty" of LC Waikiki, and Kipaş purchased the European region royalty of Lee Cooper. Recently, Eroğlu Holding purchased fashion giant Mexx of Dutch origin.

CHILDREN'S WEAR MARKET IS RISING

Developments in children's wear have enhanced the size of 0-12-year-old children's wear market in recent years. Children's wear market, which is estimated to have the size of 25 billion USD worldwide, has reached the volume of 3 billion TRY in Turkey. The driving factor behind this growth, which demonstrates a growth of approximately 15 percent every year, is the increasing number of organized retail brands operating in the market. Local brands such as Koton, DeFacto, which weren't present in the children's wear market in the past but have seen the increasing demand, have accelerated their investment in this area in recent years. Thus, this development extends the market. However, the market is still dominated by the LC Waikiki brand.

HOST OF IWTO'S 86TH ANNUAL CONGRESS IS TTSİS

86th Annual Congress of International Wool Textile Organization will be hosted by Turkish Textile Employers' Association (TTSİS) at Swissotel the Bosphorus in 15-17 May 2017. IWTO General Secretary Dalena White and Organization Manager Amanda Millard arrived in Istanbul on 15-17 June 2016 to work on the details of the congress. IWTO Annual Congress is an international platform where the leading pioneers and representatives of the wool industry gather once a year to watch presentations regarding the industry strategies, trends and projects, and discuss the topics. The number of participants of this three-day-long congress is approximately 300. You can find detailed information about the congress at http://www.iwto.org/ in the forthcoming days.

FUAR TAKVİMİ

EYLÜL

COMFORTEX
03.09.2016-05.09.2016
Mobilya, Dekorasyon
Leipzig/Almanya

MSPO
06.09.2016-09.09.2016
Savunma Sanayii
Kielce/Polonya

MOOD
06.09.2016-08.09.2016
Tekstil ve Ev Tekstili
Brüksel/Belçika

HKTDC WORLD BOUTIQUE
07.09.2016-10.09.2016
Hazır Giyim, Tekstil
Hong Kong/Çin

TEXTILE EXPO UZBEKISTAN
07.09.2016-09.10.2016
Tekstil, Kumaş, Aksesuar ve Teknolojileri
Taşkent/Özbekistan

CAITME
07.09.2016-09.09.2016
Tekstil Makineleri
Taşkent/Özbekistan

INTERTEX MILANO
07.09.2016-09.09.2016
Tekstil, Kumaş ve Ev Tekstili
Milano/İtalya

FURNITURE CHINA
08.09.2016-11.09.2016
Mobilya
Şanghay/Çin

MILANOUNICA
09.09.2016-11.09.2016
Tekstil, Kumaş, Ev Tekstili
Milano/İtalya

TEXWORLD PARIS
12.09.2016-15.09.2016
Tekstil ve Ev Tekstili
Paris/Fransa

IMTS
12.09.2016-17.09.2016
Makine
Şikago/ABD

PREMIERE VISION FABRICS
13.09.2016-15.09.2016
Kumaş
Paris/Fransa

TINIMTEX
14.09.2016-18.09.2016
Hazır Giyim ve Ayakkabı
Köstence/Romanya

FURNITURE
14.09.2016-17.09.2016
Mobilya
Minsk/Belarus

MODA IN TESSUTO E ACCESSORI
13.09.2016-15.09.2016
Tekstil, Moda Aksesuarları
Milano/İtalya

KIND + JUGEND
15.09.2016-18.09.2016
Ev Dekorasyonu
Köln/Almanya

ROOMS
14.09.2016-16.09.2016
Tekstil, Hazır Giyim, Ayakkabı, Deri
Tokyo/Japonya

MERCEDES BENZ FASHION WEEK
16.09.2016-22.09.2016
Hazır Giyim, Tekstil
Madrid/İspanya

CENTRAL ASIA FASHION AUTUMN
18.09.2016-20.09.2016
Moda, Hazır Giyim
Almatı/Kazakistan

GUANGZHOU FASHION WEEK
18.09.2016-20.09.2016
Hazır Giyim
Guanco/Çin

THE FLOORING SHOW
18.09.2016-20.09.2016
Zemin Döşeme
Harrogate/İngiltere

FASHION COTERIE
18.09.2016-20.09.2016
Tekstil, Hazır Giyim
New York/ABD

EQUIPOTEL
19.09.2016-22.09.2016
Ev Dekorasyonu
Sao Paulo/Brezilya

TEXTILLEGPROM
20.09.2016-23.09.2016
Tekstil
Moskova/Rusya

HEIMTEXTIL RUSSIA
20.09.2016-23.09.2016
Ev Tekstili
Moskova/Rusya

100 % DESIGN LONDON
21.09.2016-24.09.2016
Mobilya ve Ev Tekstili, Dizayn
Londra/İngiltere

MILANO MODA DONNA
21.09.2016-27.09.2016
Kadın Hazır Giyim
Milano/İtalya

FASHION ACCESS AUTUMN
22.09.2016-24.09.2016
Hazır Giyim, Tekstil
Hong Kong/Çin

MILANO PRET A PORTER
26.09.2016-28.09.2016
Hazır Giyim, Tekstil
Milano/İtalya

BELTEXLEGPROM-AUTUMN
26.09.2016-29.09.2016
Hazır Giyim
Minsk/Belarus

CJF - CHILD AND JUNIOR FASHION
26.09.2016-29.09.2016
Çocuk Giyim
Moskova/Rusya

GLOBAL SOURCES FASHION
26.09.2016-29.09.2016
Hazır Giyim, Tekstil
Hong Kong/Çin

ADEX
27.09.2016-30.09.2016
Savunma Sanayii
Bakü/Azerbaycan

BALTIC FASHION AND TEXTILE VILNIUS
29.09.2016-01.10.2016
Konfeksiyon, Hazır Giyim, Ayakkabı
Vilnius/Litvanya

EKİM

SIB FURNITURE-WOODEX SIBERIA
01.10.2016-01.10.2016
Mobilya
Novosibirsk/Rusya

AUSA ANNUAL MEETING AND EXPOSITION
03.10.2016-05.10.2016
Savunma
Washington/ABD

XXI FISP
05.10.2016-07.10.2016
Güvenlik
Sao Paulo/Brezilya

TEXMED TUNISIA
05.10.2016-07.10.2016
Tekstil, Hazır Giyim
Tunus/Tunus

SIET- SALON INTERNATIONAL DE L'EQUIPEMENT TEXTILE
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, İç Tasarım Aydınlatma
Lizbon/Portekiz

INTERTEXTILE SHANGHAI-AUTUMN EDITION
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, Yer Döşemeleri
Abu Dabi/BAE

EXPORAIL
26.10.2016-28.10.2016
Demiryolu
Moskova/Rusya

JAPANTEX
26.10.2016-28.10.2016
Ev Tekstili
Tokyo/Japonya

Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası

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