

Tekstil Sektöründen Cari Açığa 44.4 Milyar Dolarlık Panzehir

27.7
MİLYAR DOLAR
Tekstil ve hazır
giyim ihracatı18.6
%
İki sektörün
ihracattaki payı936 Bin
Kayıtlı istihdam

Büyüme ve İstihdamın Lokomotifini Tekstil Sektörü

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nın katkılarıyla hazırlanmıştır.

Sektör ne düşünüyor?

Tekstile destek şart

Muharrem Kayhan [Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı]: Türkiye'nin mutlaka üretim ve ihracata dayalı bir sanayi hamlesi içinde olması gerekiyor. Tekstil, Türkiye'nin üretim konusunda en avantajlı sektörlerinden biri. Son yıllarda Çin'den Güneydoğu Asya ülkelerine üretimde bir kayma olduğunu görüyoruz. Ayrıca enteresandır ki, gelişmiş ülkelerde de önemli teşvikler var. Bu ülkelerin başında da ABD geliyor. Ülkede bir takım vergi muafiyetleri ve ucuz elektrik imkanı sunuluyor. ABD başta olmak üzere gelişmiş ülkeler Çin'e mal satmak istiyor. Türkiye'de de Çin'e ihracatı artırmak için tekstilin desteklenmesi şart. Biz burada teşvikin önemli olduğunu söylüyoruz. Tekstil eğer teşvik edilmezse değer bir sektöre Türkiye'nin her yerinde teşvik edilmelidir.



Ek indirim yapılmalı

Cem Negrin [Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı]: Hayata geçtiği Haziran 2012'den bu yana hazır giyim sektörünün kullandığı 856 milyon TL tutarındaki teşviğin sadece 189 milyon TL'si 6. Bölge'de yer aldı. Şanlıurfa başta olmak üzere 6. Bölge'ye yatırım yapanların tamamına yakını o bölgenin insanı. Çünkü büyük şehirlerde yaşayanlar başka bir bölgeye taşınmak istemiyor. Ayrıca pek çok kişiye teşvikli bölgede yatırım, lojistik maliyeti başta olmak üzere ekonomik gelmiyor. Dolayısıyla sektör olarak yerinde teşvik sisteminin uygulanmasını istiyoruz. Buna alternatif ne olabilir diye düşündüğümüzde, teşvikli bölgelerde birtakım artırımlar olabilir. Örneğin elektrik, doğalgazda indirim yapılabilir. Tekstil ve hazır giyimde teşvikler ve Çin gibi büyük pazarlara ihracat kabiliyetimizin artması için doğru teşvik şart.



Çin'e nitelikli ihracat

Ahmet Akbalık [Özak Global Yönetim Kurulu Başkanı]: Geçtiğimiz yıllarda verilen teşvikler amacına çok da fazla uygun değildi. Son verilen teşvikler de eskisine göre kısmen iyi. Ancak sektör ve iş dünyasının beklentilerini karşılayamadı. Yatırım için gittiğimiz teşvikli bölgelerde kalifiye eleman konusunda ciddi sıkıntılar yaşıyoruz. Bugünlerde sektör temsilcileri olarak üzerinde durduğumuz bir teşvik modeli var. Biz diyoruz ki, yatırımcı teşvikli bölgeye gitsin, ancak mevcut üretim yaptığı işyerinde de işgücü maliyetinin düşürülmesine ilişkin kısmi destekler alsın. Böylece ihracatın öne daha çok açılsın. Türkiye'nin dünyadaki en önemli pazarlarından biri Çin olabilir. Ülkeye katma değeri yüksek ürünler gönderebiliriz. Bizim oradaki hedef kitlemiz üst gelir grubu olmalı. Çünkü Türkiye artık nitelikli üretim yapıyor.



Pazar analizi önemli

Mustafa Denizler [Diktas A.S. Yönetim Kurulu Üyesi]: Tekstil ve hazır giyimde teşvik konusu çok önemli. Türkiye'nin rakipleri halen Uzakdoğu ve bazı Kuzey Afrika ülkeleri. Buradaki maliyetler Türkiye'den daha ucuz. Türkiye'de de enerji ve işçilik maliyetlerinin düşürülmesine yönelik bazı destekler verilmeli. Çin Türkiye'nin önemli ihracat pazarlarından biri. Ancak bu pazarı iyi analiz etmemiz gerekiyor. Çin'e ne satacağımızı bilmemiz lazım. Örneğin bu ülkeye basic ürünler satamayız. Bizim daha katma değeri yüksek ürünlere, özellikle de teknik tekstile ağırlık vermemiz şart. Elbette teknik tekstilin ana koşulu olan Ar-Ge yatırımlarının da artması gerekiyor. Bunun için devletin Ar-Ge teşviki vermesi önemli. Türkiye, ancak yüksek kaliteli ürünlerle Çin'de başarılı olur.



DÜNYUN TEHDİDİ ÇİN bugünün fırsatı

Düşük üretim maliyetleriyle ihracatçıların korkulu rüyası olan Çin, artık bir tehdit olmaktan çıkıp 300 milyonluk orta sınıfla fırsat yaratmaya başladı. Kendi pazarının ihtiyaçlarını karşılamak için bir yandan üretim diğer yandan ithalat yapan ülke, Türk tekstil ve hazır giyim sektörü için de yeni fırsatlar doğuruyor

Dünyada yeni bir ticari dönem başlıyor. Artık Doğu da ciddi bir ithalatçı olma yolunda ilerliyor. Bu ülkelerin başında ise 300 milyonluk orta sınıfa sahip olan Çin geliyor. Dünyun tehdidi olarak görülen Çin, dev orta sınıfının ihtiyaçlarını karşılamak için hem üretim yapıyor hem de zenginleşen ekonomisiyle Batı'dan ciddi oranda mal tedarik ediyor. Sadece üretimle orta gelir tuzağının aşılamayacağını düşünen ülke, bir taraftan da hizmet sektörünü destekleyerek bir numaralı ekonomi olma yolunda ilerliyor.

Çin'in bu yılki büyümesi yüzde 7.2 ile 7.3 seviyelerinde... Şu anda GSYİH'daki yüzde 1'lik artışı ise 1.2-1.6 milyonluk yeni istihdam anlamına geliyor. İşçilik ve hammadde maliyetleri geçtiğimiz 3 yılda yükselen Çin, e-ticarette ise inanılmaz şekilde büyüyor. 2014'ün ilk 7 ayında Çin'de e-ticaret üzerinden yapılan ev tekstili satışları yüzde 100 arttı.

300 milyonluk orta gelirliye sahip bu dev pazar tüm ülkeler için de bir fırsat yaratıyor. Bu pazar da ne kadar erken yol alırsa...

Teşvik neden şart?

TÜRKİYE'DE tekstile verilecek doğru teşviklerin gerekliliğinin altını çizen sektör temsilcilerine göre, gelişmiş ülkeler dahi Çin'e mal satmak için yeniden yapılıyor. ABD'nin üreticilerine verdiği destek gibi Türkiye'nin de üreticilere destek vermesinin altını çizen temsilciler, "Çin pazarını kaçırmak istemiyorsak bunun için elimizi çabuk tutalım. Gerek işçilik gerekse diğer girdileri göz önüne alarak düşük maliyetli ülkelerle fiyat rekabetine girmek Türkiye için orta ve uzun vadede sürdürülebilir

nırsa ülkeler için o kadar iyi. Bu fırsatı gören birçok Batılı ülke de zaten harekete geçti. Bugün Güneydoğu Asya ülkeleri dışında artık gelişmiş ülkelerde de üretim desteklenmeye başlandı. Ucuz elektrikten vergi muafiyetine, arazi teşvikinden işçilik maliyetlerine kadar birçok alanda üreticileri destekleyen gelişmiş ülkelerin başında ise ABD geliyor.

ALTERNATİF PAZAR

Bütün ülkelerin gözü Çin'deyken, Türkiye'nin de bu fırsatı kaçırmaması gerekiyor. En büyük pazarımız olan Avrupa'nın yanında büyük potansiyel taşıyan Çin'e de ihracat yapabileceğimizin altını çizen sektör temsilcileri, bunun için tekstil ve hazır giyim sektörünün yerinde ve doğru teşviklerle desteklenmesi gerektiğini vurguluyor. Çin'e iplikten hazır giyime hali hazırda ihracatımız var. Çinlilerin Türkler'le işbirliği yapmaya da hazır olduğunu belirten temsilciler, "Şu anda geleneksel pazarlarımızda en fazla dış ticaret fazlası veren ülke konumundayız. Şimdi o büyüklükte bir pazar daha açılıyor. Buraya girip bu performansımızı sürdürebilmemiz için de sektörün ihtiyacı olan teşviği alması lazım" yorumunu yapıyor.

İHRACATIN YILDIZI

Türkiye'nin ihracatta kendini ispatlayan sektörlerinden biri olan tekstil, Çin pazarına en kolay ürün gönderilebilecek alanların da başında geliyor. Dolayısıyla sektörün buna göre kendini konumlandırması şart. 2013 Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre dünyada tekstil ve hazır giyim ticaretinin ivmesi tüm ürünlerin ticaretinden daha fazla. 2013'te Türkiye dünya tekstil sektöründe 5'inci büyük ihracatçı ve 6'ncı büyük ithalatçı konumundayken, yine 2013'te Türkiye dünya hazır giyiminde 6'ncı büyük

Sektörün kalbi Pekin'de attı

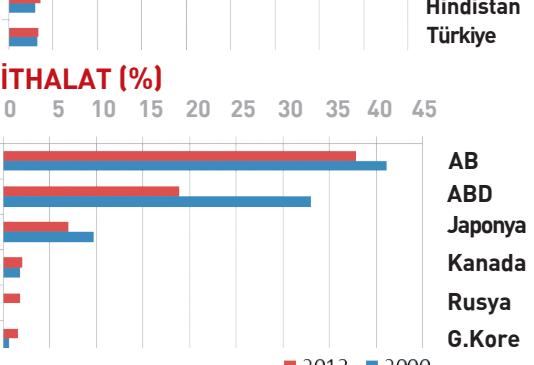
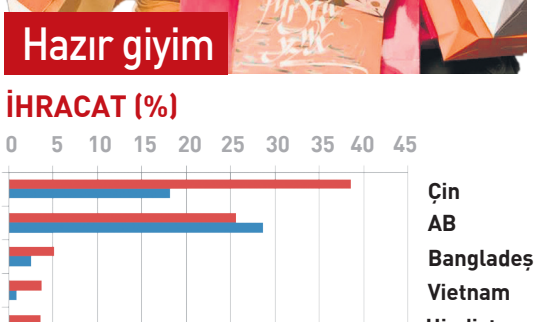
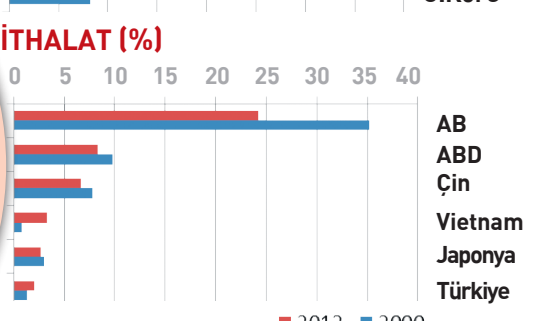
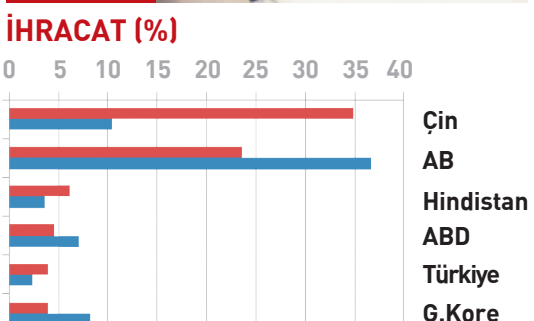
ULUSLARARASI Tekstil Sanayicileri Federasyonu'nun (ITMF), 15-19 Ekim'de Beijing'de (Pekin) düzenlenen yıllık konferansı dünyanın en büyük oyuncuları, karar alıcılarını ve tekstil sektörünü yönlendiren kanat önderlerini bir araya getirdi. Çin Ulusal Tekstil & Hazır Giyim Konseyi'nin ev sahipliğinde organize edilen konferansa Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan, TTSS Onursal Başkanı ve ITMF Onursal Üyesi Halit Narin ile birlikte 9 kişilik bir heyet de katıldı.

Tekstil ve hazır giyim sektörü temsilcileri bugünlerde, mevcut teşvik sistemiyle ilgili çeşitli öneriler hakkında konuşuyor. Mevcut sisteme göre kurulu yatırımların teşvikli bölgeye gitmek istemediğinin altını çizen temsilciler, yerinde teşvik üzerinde tartışıyor. Temsilcilere göre eğer bir sektör teşviğe değer görülyorsa fabrikanın bulunduğu yer önemli değildir, yerinde de teşvik edilebilir. Ya da mevcut yatırım yeri değişmeden teşvikli bölgelere yatırım yapılabilir. Ancak mevcut üretiminin devam etmesi ve burada da bir takım teşvikler alınması şartıyla...

ihracatçı ve 13'üncü büyük ithalatçı oldu. Sonuç olarak dünyada beklentiler giderek yükselirken, kaliteli ve düşük maliyetli üretim ve termi hızlı ürün beklentisi artıyor. Tekstilin en önemli üretim merkezi konumundaki Çin, Hindistan, Pakistan ve Türkiye, yeni üretim bölgeleri olarak ortaya çıkıyor. Sektör temsilcileri Türkiye'nin teknolojik tekstilin yanı sıra katma değeri yüksek, emek yoğun tekstilde de söz sahibi olmaya devam etmesi için enerji ve işgücünün üzerindeki vergi gibi ek yüklerin gözden geçirilmesi gerektiğini söylüyor.

YENİ MODEL ARAYIŞI

Devlerin payı



Avrupa Birliği ülkeleri tekstil ve hazır giyim ihracatında 2000 yılında önemli bir pazar payına sahipken, 2013 yılına gelindiğinde Çin'in bu alandaki ihracatta aslan payını aldığı görülüyor.