

## 2010 YILI HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNDE GELİŞMELER VE SEKTÖRÜN 2023 YILI HEDEFLERİ



**Hande UZUNOĞLU**



Türkiye sanayisinin lokomotifi olarak lanse edilen hazır giyim sektörü üretim ve istihdama katkısıyla önemli bir yere sahip. Günümüzde Türk hazır giyim sektörü dünyanın 7.büyük hazır giyim ihracatçısı konumundadır ve ülkemiz AB ülkelerine tekstil ve hazır giyim ihracatında 2.sıradadır.<sup>4</sup>

Moda endüstrisinin son yıllarda hızlı bir gelişme kaydetmesi de Türk hazır giyim sektörünün dünya piyasalarında daha fazla yer almasını sağlamıştır. Tasarımcılar, markalar, büyük alım grupları ve uluslararası moda çevreleri artık Türkiye'yi moda üssü olarak görmektedir.

Ülkemizde gerçekleştirilen ve sayıları gittikçe artan uluslararası moda fuarları Ortadoğu ve Avrupa arasında önemli bir moda ve kültür köprüsü kurulmasını sağlamakta ve Türkiye'nin konumunu yükseltmektedir.

Ülkemizde 11.000 adet hazır giyim alanında, 7.500 adet tekstil alanında imalatçı/ihracatçı firmanın bulunduğu ifade edilmektedir.<sup>5</sup> Emek yoğun bir sektör olması nedeniyle tekstil ve konfeksiyonda çalışanların sayısı da azımsanmayacak ölçüdedir.

### ***Türkiye'de Hazır Giyim Sektörünün Genel Görünümü***

Türkiye'de hazır giyim sektörünün en önemli özelliği ihracata yönelik olmasıdır ve en büyük pazar payına sahip olan Avrupa Birliği (AB) bu konumunu halen korumaktadır.

Türkiye'den 100'ün üzerinde ülkeye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapıldığı bilinmektedir. Bunların büyük çoğunluğu AB ülkelerine yöneliktir.

Ancak küresel krizden olumsuz etkilenen AB'nin yaşadığı sorunlar, Türkiye'nin pek çok alanda olduğu gibi hazır giyim ve tekstilde de alternatif pazar arayışlarına gitmesine neden olmuştur. Nitekim bu süreçte, ihracatta devamlılığı sürdürebilmek için AB'deki pazarın daralma ihtimaline karşı alternatif pazarların yaratılması önem arz etmektedir.

<sup>4</sup> GÜLSOY Ebru, Hazır Giyim, İGEME, 2011

<sup>5</sup> GÜLSOY, a.g.e., s1.

Bu anlamda özellikle Ortadoğu ve komşu ülkelerin yanı sıra Asya da pazar potansiyeli barındırmaktadır.

Bazı Ortadoğu ülkelerine yapılan konfeksiyon ihracatı Tablo 1’de görülmektedir. 2009 yılına göre 2010 yılında önemli artışlar yaşandığı görülmektedir.

**Tablo 1: Konfeksiyon Sektörü Bazında Ülke İhracat Rakamları (ABD Doları)**

| ÜLKE ADI | 2009 İhracat | 2010 İhracat | Değişim (%) |
|----------|--------------|--------------|-------------|
| Tunus    | 45.728.177   | 92.400.253   | 102,1       |
| Libya    | 48.325.278   | 66.229.761   | 37,0        |
| Mısır    | 52.351.926   | 58.391.657   | 11,5        |
| Lübnan   | 52.689.022   | 58.353.026   | 10,7        |

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi İhracat Rakamları, [www.tim.org.tr](http://www.tim.org.tr)

Bununla birlikte, Ortadoğu ülkelerinde, 2010 yılı sonlarında başlayan ve 2011’ ilk yarısında devam eden siyasi olayların Türkiye ticaretine olumsuz yansımaları olmuştur.

İhracat rakamlarına bakıldığında; Özellikle 2011 yılının ilk 6 ayında Ortadoğu’da artan siyasi olaylar nedeniyle Türkiye ile olan ihracatta sert düşüşler yaşanmıştır. Bu ülkeler ile yapılan konfeksiyon ihracatında %35’e varan düşüşler olduğu görülmektedir.

**Tablo 2: Konfeksiyon Sektörü Bazında Ülke İhracat Rakamları (Bin ABD Doları)**

| ÜLKE ADI | 2010 Yılı<br>Ocak-Haziran | 2011 Yılı<br>Ocak-Haziran | Değişim (%) |
|----------|---------------------------|---------------------------|-------------|
| Tunus    | 36.681                    | 40.647                    | 10,8        |
| Libya    | 24.380                    | 15.642                    | -35,8       |
| Mısır    | 31.707                    | 29.430                    | -7,2        |
| Lübnan   | 30.330                    | 25.251                    | -16,7       |

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi İhracat Rakamları, [www.tim.org.tr](http://www.tim.org.tr)

Siyasi ve ekonomik sıkıntılar yaşayan Ortadoğu ve AB’nin aksine, Türkiye 2010 yılında küresel ekonomik krizden en az etkilenen ülkelerden biriydi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre Türkiye’nin ihracatı; 2010 yılında geçen yıla göre %11,3 artarak 113,6 milyar dolar olarak gerçekleşti. Sanayi ihracatı ise, 2010 yılında geçen yıla göre %15 artarak 93,5 milyar dolar oldu.

2010 yılında sanayi ihracatı içerisinde en yüksek pay alan otomotiv sektörünün (%15,29) ardından hazır giyim sektörü (%12,88) geliyor.

Hazır giyim sektörünün ihracatı ise 14,6 milyar dolar. Sektör ihracatında geçen yıla göre %10,1’lik bir artış var. Bu rakamlara göre, hazır giyim ihracatı ülkemiz ihracat potansiyelinin altında kalıyor.

**Tablo 3. Sektörel Bazda İhracat Rakamları (Bin Dolar)**

| SEKTÖRLER                                | 2009              | 2010              | Değişim ('10/'09) | Türkiye İhracatındaki Payı (%) |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------------|
| <b>SANAYİ</b>                            | <b>81.312.147</b> | <b>93.520.669</b> | <b>15,01</b>      | <b>82,26</b>                   |
| <b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b> | <b>7.676.309</b>  | <b>9.086.993</b>  | <b>18,38</b>      | <b>7,99</b>                    |
| <b>Tekstil ve Hammaddeleri</b>           | <b>5.513.638</b>  | <b>6.528.299</b>  | <b>18,40</b>      | <b>5,74</b>                    |
| Deri ve Deri Mamulleri                   | 1.076.640         | 1.272.305         | 18,17             | 1,12                           |
| Halı                                     | 1.086.031         | 1.286.389         | 18,45             | 1,13                           |
| <b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.</b>       | <b>9.660.896</b>  | <b>12.720.421</b> | <b>31,67</b>      | <b>11,19</b>                   |
| <b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>               | <b>63.974.942</b> | <b>71.713.255</b> | <b>12,10</b>      | <b>63,08</b>                   |
| <b>Hazırgiyim ve Konfeksiyon</b>         | <b>13.301.704</b> | <b>14.644.153</b> | <b>10,09</b>      | <b>12,88</b>                   |
| Otomotiv Endüstrisi                      | 15.043.181        | 17.382.809        | 15,55             | 15,29                          |
| Gemi ve Yat                              | 1.831.905         | 1.118.462         | -38,95            | 0,98                           |
| Elektrik - Elektronik                    | 8.558.030         | 9.630.539         | 12,53             | 8,47                           |
| Makine ve Aksamları                      | 5.607.888         | 6.355.791         | 13,34             | 5,59                           |
| Demir ve Demir Dışı Metaller             | 4.494.326         | 5.796.890         | 28,98             | 5,10                           |
| Demir Çelik Ürünleri                     | 11.029.428        | 12.302.328        | 11,54             | 10,82                          |
| Çimento ve Toprak Ürünleri               | 3.084.987         | 3.216.400         | 4,26              | 2,83                           |
| Değerli Maden ve Mücevherat              | 978.473           | 1.205.896         | 23,24             | 1,06                           |
| Diğer Sanayi Ürünleri                    | 45.019            | 59.989            | 33,25             | 0,05                           |

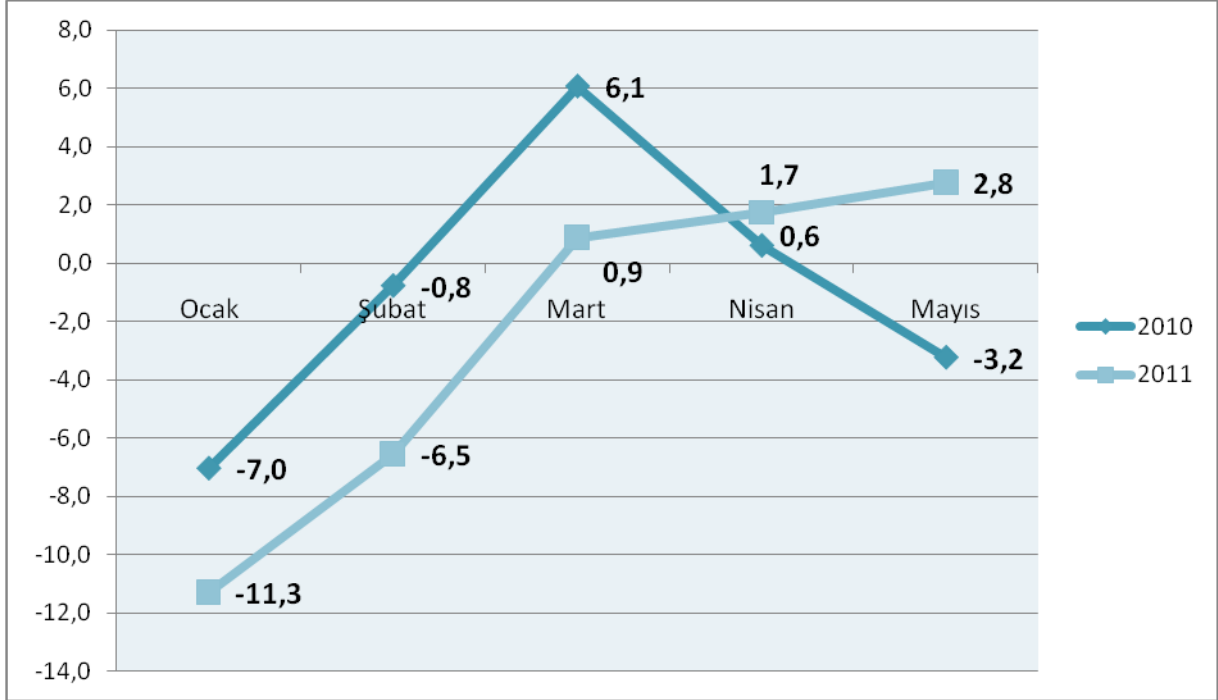
Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, [www.tim.org.tr](http://www.tim.org.tr)

İhracat yönünden değerlendirildiğinde, pazar daralmalarından dolayı sıkıntıların yaşandığı 2009 yılında hazır giyim sektöründe özellikle tüketici harcamalarının azalmasıyla birlikte, satışlarda da gerileme oldu.

2010 yılında ekonomik krizin olumsuz etkilerinin azalması ile birlikte, piyasalardaki olumlu hava satışlara yansiyarak, sektördeki görünümü pozitifçe çevirmiştir.

2011 yılı ilk 5 ayı sanayi üretim endeksi verilerine göre; hazırgiyim sektörü imalatı ocak ayından bu yana artış göstermektedir. Geçen yıl aynı döneme baktığımızda ise; küresel ekonomik krizin etkileri nedeniyle imalatta önemli bir düşüş yaşandığı görülmektedir. 2011 yılının ilk yarısında bu durum tersine dönmüştür.

Grafik 1: 2010-2011 Yılları Giyim Eşyaları İmalatı Aylık Değişim Oranları (%)



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Sanayi Üretim Endeksi Verileri

Türk hazır giyim ihracatçılarının 2011 yılından beklentisi olumlu yöndedir. Bu yılsonunda hazır giyimde 16 milyar dolar civarında ihracat beklenmektedir. Ayrıca yabancı alım grupları da Türkiye'den alım potansiyelini koruyacaklardır.

Sektör ihracatının önündeki engellerden, üretim maliyetlerinin yüksekliği, döviz kuru üzerindeki sıcak para baskısının olumsuz etkilerinin hafifletilmesi gerekiyor.



İhracatta devamlılığın sürebilmesi için, alternatif pazarların yaratılması önem taşıyor. Buna yönelik fuar ve ticari heyetlerin devam ettirilmesi gerekiyor.

Bunların yanı sıra teknoloji yatırımlarına da ağırlık verilmesi gerekiyor.

Türkiye Avrupa'ya yakınlık, hızlı teslimat, sahip olduğu makineler ve işgücü potansiyeli gibi özellikleri sayesinde sektörde avantajlı ülke konumundadır.

Dünyada tekstil ve hazır giyim sektöründe en fazla alıcı bulan ürün Çin ürünleri.

2011 yılının ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine göre % 9,6 büyüyen ile Çin hala dünya pazarının büyük bir kısmını elinde tutuyor.

Türkiye'nin Çin'e göre ürün, kalite ve verimlilik anlamında avantajı bulunmakta. Dolayısıyla Türk firmaların rekabet şanslarını yükseltmeleri için katma değeri yüksek ürünlere yönelmeleri gerekiyor.

Türkiye'nin 2023'teki hedefi dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olmak. Hazır giyim ve tekstil sektörleri Türkiye'nin bu hedefe ulaşmasında etkili olacaktır. Bu bakımdan iş dünyasının hükümetten beklentileri; enerji ve işçilik maliyetlerin üzerindeki yüklerin hafifletilmesi, katma değeri yüksek ve moda ağırlıklı hazır giyim ürünlerine yönelmesinin teşvik edilmesidir. Türkiye'nin ihracat ve sanayisinin büyümesi ve bunun sürdürülebilir kılınması bu sektörlerin büyümesine ve ülke ekonomisine katkı sağlamasına büyük etken olacaktır.

#### Kaynaklar:

- GÜLSOY Ebru, Hazır Giyim, İGEME, 2011
- HEDEF Dergisi, <http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=ITKIB&urlID=299-24&dropdownid=hedef> , İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Aylık Dergi, 2011 sayıları