

## Hazır Giyim Sektörünün Vizyonu (I)

Hande UZUNOĞLU-Fatma Gülce KOÇ



Günümüzde tekstil ve konfeksiyon sektörleri; iplik, kumaş, yatak çarşafı gibi ürünlerin yanı sıra yüksek kaliteli moda ürünlerine kadar pek çok ürünü kapsamaktadır. Sektör sağladığı istihdam, katma değer ve yarattığı döviz ile ülke kalkınmasında önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır.

Dünyada sanayileşme sürecinde rol oynayan tekstil ve daha sonra öne çıkan hazır giyim sektörü günümüz dünyasında gelişmiş ülkelerin kalkınmasında önemini korumaktadır. Gelişmiş pazar ekonomilerinde yaratılan katma değer sıralamasında tekstil ve hazır giyim sektörlerinin baş sıralarda olduğu dikkati çekmektedir.

Hazır giyim sektörünün vizyonunu ele aldığımız bu raporda, sektörün dünyada ve ülkemizdeki mevcut durumu ile birlikte sorunları ve çözüm önerilerine de değinilmiştir.

### Dünyada Hazır Giyim Sektörü

Hazır giyim sektörü, dünyada tekstil sektörüyle birlikte ilerlemiş, ithalat ve ihracatta çok önemli bir yer edinmiştir.

Tekstil sektörü bütün dünyada sanayinin gelişmesinin itici gücü olmuştur. Bu yüzden de dünyanın önde gelen tekstil ve hazır giyim ithalat ve ihracatçıları ya ekonomik gelişmelerini tamamlamış, dünya ticaretinde aktif rol oynayan güçlü ülkeler, ya da gelişmelerini tekstil ve hazır giyim sektörüyle destekleyen gelişmekte olan ekonomilerdir.



Dünya Ticaret Örgütü'nün 2006 yılı raporuna göre; 2005 yılında 276 milyar dolar değerinde olan hazır giyim sektörü dünya ticaretinde yüzde 2,7'lik bir paya sahiptir. Aynı yıl içerisinde, hazır giyim sektörü yıllık yüzde 6 değişim yaşamıştır. 2000–2005 yılları arasında da sektör yüzde 7 değişim göstermiştir.

Tablo 1'de görüldüğü gibi; hazır giyim ihracat değeri ve dünya ihracatındaki pay bakımından AB ülkeleri ve Çin başı çekmektedir. Çin'in hemen ardından gelen ülkeler ise 27,29 milyar dolar ile Hong Kong ve 11,82 milyar dolar ile Türkiye'dir.

**Tablo 1: Dünya Hazır Giyim Ticaretinde Lider Konumdaki Ülkeler (2005)**

Ülke Adı	İhracat (milyar dolar)	Dünya İhracatındaki Payı	Yıllık Yüzde Değişim
<b>Avrupa Birliği Ülkeleri (25)</b>	80,35	29,2	5
<b>Çin</b>	74,16	26,9	20
<b>Hong Kong</b>	27,29	-	9
<b>Türkiye</b>	11,82	4,3	6
<b>Hindistan</b>	8,29	3,0	25
<b>Meksika</b>	7,27	2,6	-3
<b>Bangladeş</b>	6,42	2,3	13
<b>Endonezya</b>	5,11	1,9	15
<b>A.B.D</b>	5,00	1,8	-1

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, Ticaret İstatistikleri, 2006

Tablo 2’de; ise dünya hazır giyim ithalatında lider olan ülkeler A.B.D, Japonya, Hong Kong, Rusya, Kanada, İsviçre, Avustralya ve Güney Kore olarak gösterilmiştir.

**Tablo 2: Dünya Hazır Giyim Ticaretinde Lider Konumdaki Ülkeler (2005)**

Ülke Adı	İthalat (milyar dolar)	Dünya İhracatındaki Payı	Yıllık Yüzde Değişim
<b>Avrupa Birliği Ülkeleri (25)</b>	128,70	44,8	4
<b>A.B.D</b>	80,07	27,9	6
<b>Japonya</b>	22,54	7,8	4
<b>Hong Kong</b>	18,44	-	8
<b>Rusya</b>	7,84	2,7	30
<b>Kanada</b>	5,98	2,1	14
<b>İsviçre</b>	4,72	1,6	2
<b>Avustralya</b>	3,12	1,1	17
<b>Güney Kore</b>	2,91	1,0	6

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, Ticaret İstatistikleri, 2006

Dünya hazır giyim ticaretinde Avrupa Birliği Ülkeleri (25), A.B.D, Hong Kong, Çin ve Meksika hem ihracatçı hem de ithalatçı ülke konumundadır. Türkiye ise önemli bir hazır giyim ihracatçısı olmasına rağmen dünyada hazır giyim ithalatında lider ülkeler arasında yer almamıştır.

İşgücü maliyetlerinin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelerin, tekstil ve hazır giyim üretim ve ticaretindeki paylarını, gelişmiş ülkelere kıyasla giderek arttırdığı görülmektedir.

### **Türkiye’de Hazır Giyim Sektörü**

Türkiye'nin en büyük sanayisi konumunda olan hazır giyim sektörü, üretimde Avrupa'da ikinci, dünyada ise Çin ve İtalya'dan sonra üçüncü sırada yer alırken, üretimde hızı, fiyatı ve kalitesi ile bir marka olmuş durumdadır.<sup>1</sup>

Dünya'daki diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'de de üretime ve istihdama katkısının yanında, ihracat yoluyla ülkemize döviz kazandırması sebebiyle hazır giyim sektörü lokomotif sektör olma özelliğini korumaktadır. İki buçuk milyon kişiye doğrudan, on milyon kişiye de dolaylı olarak istihdam sağladığı ifade edilen hazır giyim sektörünün, ülkemiz açısından önemi açıktır.<sup>2</sup>

Tekstil sektörünün, ülkemizde yaratılan katma değer (GSMH) 1/10'undan, ülke ihracatının 1/3'ünden fazlasını gerçekleştirdiği, tekstil ve hazır giyim sektörünün imalat sanayi içindeki katma değer payının ise 1/6 değerinde olduğu düşünülüyor.<sup>3</sup>

Türkiye İstatistik Kurumu 2007 yılı verilerine göre ilk 7 ayda, toplam ihracat 58.413.341 dolar iken bu toplama giyim sektörünün katkısı % 12,5 ile 6.848.586 dolardır. Bu rakam toplam ihracatın % 94,7'sini oluşturan imalat ürünleri ihracatının da %12,4'ünü oluşturmuş, imalat ürünleri içinde motorlu kara taşıtı, römorklar ve ana metal sanayiden sonra üçüncü en büyük kalem haline gelmiştir.

2006 ve 2007 yılı aylara göre giyim ihracatı rakamları tablo 3'te görülmektedir.

**Tablo 3: Ekonomik Faaliyetlere Göre İhracat (2007)**

	2006 Yılı			2007 Yılı		
	Giyim Eşyası İhracatı	Türkiye Toplam İhracat	Giyim Eşyası İhracatının Ülke İçindeki Payı	Giyim Eşyası İhracatı	Türkiye Toplam İhracatı	Giyim Eşyası İhracatının Ülke İçindeki Payı
<b>Ocak</b>	670.778	5.133.049	13,1	781.860	6.560.353	11,9
<b>Şubat</b>	817.666	6.058.251	13,5	918.621	7.638.416	12,0
<b>Mart</b>	954.538	7.411.102	12,9	1.081.389	8.935.055	12,1
<b>Nisan</b>	783.300	6.456.090	12,1	922.395	8.289.901	11,1
<b>Mayıs</b>	807.315	7.041.543	11,5	988.744	9.124.276	10,8
<b>Haziran</b>	925.674	7.815.435	11,8	1.100.390	8.958.036	12,3
<b>Temmuz</b>	923.378	7.067.411	13,1	1.055.187	8.907.304	11,8
<b>TOPLAM</b>	5.882.649	46.982.881	12,5	6.848.586	58.413.341	11,7

Kaynak: TÜİK, [www.tuik.gov.tr/PrelstatistikTablo.do?istab\\_id=630](http://www.tuik.gov.tr/PrelstatistikTablo.do?istab_id=630)

2006 ile 2007 yılını karşılaştırdığımızda; Ocak-Temmuz döneminde toplam ülke ihracatının % 24,3 arttığı görülmektedir. Bu artış giyim eşyası kaleminde %16,4 olmaktadır. Bu verilere göre giyim eşyası ihracatındaki artış 2007 yılının ilk 7 ayında toplam ihracattaki artışın gerisinde kalmıştır.

2005 yılında ise Türkiye'nin genel ihracatı 2004 yılına kıyasla % 16,3 oranında artışla 73,4 milyar dolara yükselmiş, hazır giyim ihracatı ise % 6,3'lük artışla 10 milyar dolara yaklaşmıştır.

Ülkemizde olduğu kadar dünyada da tekstil ve hazır giyim sektörü yüksek ihracat performansına ve potansiyeline sahiptir. 2005 yılında dünya tekstil ihracatındaki payımız % 3,5, hazır giyimdeki payımız ise % 4,3 dolaylarındadır.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) verilerine göre; 2006 yılında en fazla konfeksiyon ihracatı yaptığımız ülkeler sırasıyla aşağıda belirtilmiştir:

- Almanya 3,3 milyar dolar,
- İngiltere 2,2 milyar dolar,
- A.B.D 1 milyar dolar,
- Fransa 940 milyon dolar,
- Hollanda 866 milyon dolar,
- İspanya 709 milyon dolar,
- İtalya 629 milyon dolar,
- Danimarka 424 milyon dolar,
- Belçika 245 milyon dolar ve
- İsveç 242 milyon dolar.



### Sektörün Sorunları

Sektörün temel sorunlarının başında tekstil sektörünün en temel hammaddesi olan pamuk fiyatlarının yüksekliği gelmektedir. Ülkemiz 2005/2006 sezonu pamuk üretiminde 766 bin ton ile dünyanın yedinci büyük üreticisi durumundadır. Fakat ülkemizde pamuk fiyatları, dünya fiyatlarının üzerindedir.4

Sektör ihracatını etkileyen faktörlerin başında YTL'nin diğer para birimleri karşısında değer kazanması yer almaktadır. Kurun ihracatçı aleyhine dalgalanması, ihracatta daha yüksek artış oranlarını yakalamamızı olumsuz yönde etkilemektedir.

Girdi fiyatlarındaki değişimler de hazır giyim sektörünün başlıca sorunları arasında yer alır. Hammadde fiyatlarındaki artış ve ücret artışları maliyet üzerinde baskı oluşturmaktadır. Yüksek döviz kuru bu baskıyı daha da körüklemektedir. Artan maliyetler ve kurda düşme birçok firmanın küçülmesine ya da faaliyetlerine son vermesine sebebiyet vermektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sektörlerindeki diğer sorunlar ise şöyle özetlenebilir:

- ✚ Bilinçsiz yatırımların yarattığı kapasite fazlalığı,
- ✚ Yatırımların çoğunun yüksek faizli ve kısa vadeli borçlanma şeklinde yapılması ve bunun işletmeler üzerine getirdiği yük,
- ✚ Sektördeki birçok firmanın KOBİ niteliğinde olması nedeniyle yeterli finansal güce sahip olmamaları,
- ✚ Özkaynak yetersizliği ve Uzakdoğu rekabeti,
- ✚ Dünyada hazır giyim arzının artmasının; hatta talebin üzerine çıkmasının getirdiği pazar problemi,
- ✚ Ar-ge çalışmalarının yetersizliği,

- ✚ Gelişmiş ülkelerde maliyet düşüşüne bağlı olarak Türkiye'nin ithalatının artması, buna bağlı olarak da ihracatın azalması,
- ✚ Kaliteli üretim için gerekli olan işgücü verimliliğinin yetersiz olması,
- ✚ Vizyon ve strateji eksikliği,
- ✚ Yurtdışındaki rakiplere göre enerji, doğal gaz, vergi, sigorta gibi temel girdiler ülkemizde oldukça yüksek olması,
- ✚ Diğer ihracatçılar gibi hazır giyim sektörünün de kur riski ile karşı karşıya olması, kurlardaki düşüşün ihracatçıların rekabet şansını azaltması,
- ✚ Kayıtdışı ekonomi,
- ✚ Nitelikli eleman eksikliği, çalışanlara gereken yatırımın yapılmaması.<sup>5</sup>

### Çözüm Önerileri

Hazır giyim sektörüne ilişkin yukarıda sayılan sorunlar ancak akılcı ve sektörün yapısına uygun çözümler getirilerek aşılabılır. Genel olarak getirilebilecek çözümler aşağıda belirtilmiştir;

- ✚ Kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlenmeli, vizyon oluşturulmalı ve dünyadaki gelişmelere göre izlenecek stratejiler tespit edilmeli.
- ✚ Belirlenen hedef ve stratejiler sektör bünyesindeki firmalara anlatılmalı.
- ✚ Sektörde faaliyet gösteren şirketler bir araya gelerek sorunlarına ortak çözümler arayabilmeli, sektörel kümeler oluşturulabilmeli.
- ✚ Ar-Ge ve eğitim yatırımları en üst düzeyde yapılmalı.
- ✚ Sektörünün kayıt altına alınabilmesi için vergi oranları düşürülmeli denetimler yoğunlaştırılmalı ve kapsamlı bir vergi reformu yapılmalı.
- ✚ Fiyatı devlet tarafından belirlenen ve sanayide kullanılan enerji giderleri dünya fiyatları seviyesine çekilmeli.
- ✚ Türk Lirası'nın aşırı değerlenmesine karşı; ihracat yapan firmalara ülkeye döviz girişi yaptıklarında en az enflasyonun altında kalmamak suretiyle kur verilmeli.
- ✚ Devlet desteğiyle yeni pazar arayışlarına gidilmeli.
- ✚ Pazar çeşitlendirilmesi amacıyla yeni yöntemler benimsenmeli ve hedef pazarlara ilişkin belirli program yapılmalı.
- ✚ Hazır giyim sektörüne tahsis edilen yatırım teşvikleri artırılmalı.
- ✚ Hammaddenin sanayiciye dünya fiyatlarıyla ulaştırılması sağlanmalı.

- ✚ Dünya pazarlarında rekabet edebilmek için kalite oluşturulmalı ve sürekliliği sağlanmalı.<sup>5</sup>

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği'nin hazırladığı "Türk Hazır Giyim Sektörü Yol Haritası" adlı rapora göre; ülkemizde hazır giyim üretiminin daraldığı düşünülmektedir.

Raporda; üretimdeki maliyet yapısı nedeni ile maliyete dayalı rekabet olanaklarının zayıfladığı, üretim maliyetleri içinde yer alan yüksek kamu yüklerinin halen sürdüğü ve rakipler ile rekabeti sınırlandırdığı anlatılmaktadır. Bu durumda; ilave kapasite yatırımları yerine maliyet avantajı sağlayacak yurtiçi-yurtdışı bölgelere yatırımlar yapıldığı savunulmuştur.



Bununla birlikte; toplam üretim değerinin GSMH içindeki payı sınırlı ölçüde gerilediği görülmektedir. Hazır giyim sektörünün üretim büyüklüğü üretici fiyatları ile 2006 yılında 25,7 milyar dolara ulaşmış, GSMH'ya oranı ise yüzde 6,6 olmuştur.

Çözüm olarak, üretimde esnek ve küçük partili üretime geçişin gerekliliğinden bahsedilmiştir.

Üretim ve ihracat içinde halen küçük ölçekli işletmelerin payının yüksek, büyük ölçekli işletme sayısının da sınırlı olduğu bilinmektedir. Söz konusu raporda; işletmelerin önemli ölçüde yeniden yapılanma sürecine girdiklerine değinilmiştir. Bu sürecin en önemli unsuru olarak; işletmelerin tasarım ve koleksiyon kapasitesinin geliştirilmesi, markalaşmanın yeniden yapılanma süreci içinde yerini almaya başlaması gösterilmiştir.

Diğer gelişmeler ise; yurtiçi ve yurtdışında sezon sayısı, koleksiyon sayısının artması, sezon ve koleksiyon sürelerinin kısalmasıdır. Bu nedenle siparişler artan oranda küçük partiler haline gelmekte, işletmelerin aktif pazarlama faaliyetleri genişlemekte, yurtdışı ofisleri açılmakta, yurtdışında mağazalaşma ve kendi markası ile yurtdışında satış faaliyetleri kuvvetlenmektedir.

Bununla birlikte perakende alanı hızlı bir gelişme içine girmiştir. Yabancı markaların girişi hızlanmaktadır ve iç tüketimde yabancıların rekabet baskısı artmaktadır.

Bu veriler ışığında; hazır giyim sektöründe 2000–2006 yılları arasında yaşanan gelişmeler sonucunda sektörün ve işletmelerin önemli bir dönüşüm sürecine girdiği söylenebilir.



## Kaynaklar

- <sup>1</sup> “Hazır Giyim Dünyası Marka Olma Sıkıntısını Yaşıyor”, Örne Sanayicileri Derneği, 29.06.2007, [www.orsad.org.tr/?rc=newsmore&id=196](http://www.orsad.org.tr/?rc=newsmore&id=196)
- <sup>2</sup> BOZOĞLU Zülfü Mert, “Türk Hazır Giyim Sektöründe Çin Tehdidine Karşı Markalaşma”, İgeme'den Bakış, Tarih:2004/3 Sayı: 28, <http://www.igeme.org.tr/tur/bakis/sayi%2028/bakis2844.htm>
- <sup>3</sup> “Kobi Finans, Tekstil Sektörünün Yapısı”, <http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/011502/1119>
- <sup>4</sup> İKRAP 2006, İzmir Ticaret Borsası Raporu, [www.itb.org.tr](http://www.itb.org.tr)
- <sup>5</sup> Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Servisi, Sektör Raporu, Sayı: 2007/609-569
- “Türk Hazır Giyim Sektörü Yol Haritası”, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Ufuk 2015 Çalışması, [www.sedefed.org/default.aspx?pid=43970&nid=32181](http://www.sedefed.org/default.aspx?pid=43970&nid=32181)
- Dr. GÜRLESEL Can Fuat, “Tekstil Sektörü İçin Dönüşüm Stratejileri”, 27.05.2007, <http://www.tekstilveren.org/content/view/595/38/>
- Trade Statistics 2006, World Trade Organization, [www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)
- Ekonomik Faaliyetlere Göre İhracat, Türkiye İstatistik Kurumu, [www.tuik.gov.tr/PrelstatistikTablo.do?istab\\_id=630](http://www.tuik.gov.tr/PrelstatistikTablo.do?istab_id=630)
- Tekstil Portalı, “Tekstil Paneli”, [www.tekstilbilgi.com/tekstil.pdf](http://www.tekstilbilgi.com/tekstil.pdf)