

























































































































gümrüklerde modernizasyon ve otomasyon projesinin sonuçlandırılması ile dumpingli malların ülkemize girişi de büyük ölçüde kontrol altına alınacaktır. Gümrük idarelerinin sayısı 250’den 136’ya düşürülmüştür. Elektronik ortamda yürütülen işlem sayısı artış göstermiş ve halihazırda ithalat ve ihracat açısından yüzde 90’ın üzerine çıkmıştır. Ayrıca, Gümrük laboratuvarlarının altyapısının iyileştirilmesini amaçlayan bir program da yürütülmektedir.

İthalatta yaşanan bir diğer önemli sorun dumpingli malların ülkemize girmesini önlemek için alınan tedbirlerin yetersizliği, soruşturmaların ve mahkemelerin uzun sürmesi nedeniyle sektörün haksız rekabetten önemli ölçüde zarara görmesidir. Dumpingli malların genellikle Uzak Doğu menşeli olduğu gözlemlendiğinden bu ülkelerden yapılan ithalat daha sıkı denetim altına alınmalı ve böyle bir durum gözlemlendiğinde vakit geçirmeden karşı tedbir alınmalıdır.

Gümrük Birliğine üye olup da AB’ye tam üye olunmaması da ithalatta önemli sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. AB’nin Fas, Tunus, Cezayir, Meksika, Arjantin, Brezilya gibi ülkelerle yaptığı STA’ları ülkemizi açık bir pazar durumuna getirmektedir. Çünkü bu ülkeler AB ile STA imzaladıklarında Türkiye AB ile imzaladığı GB anlaşması gereğince bu ülkelere uyguladığı gümrük vergisi oranlarını AB ile uyumlu hale getirmektedir. Buna karşılık bu ülkelerle Türkiye arasında STA imzalanması çok uzun zaman almakta veya mümkün olmamaktadır. Geçen bu süre zarfında bu ülkelerin malları Türkiye’ye Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) üzerinden girebilmekte, buna karşılık bu ülkeler Türk mallarına eski gümrük vergisi oranlarını uygulamayı sürdürmektedirler. Bu konu ile ilgili olarak Dışişleri Bakanlığı aracılığıyla girişimlerde bulunulması ve “AB ile STA yapmış olan ülkeler Türkiye ile de STA yapmış sayılırlar” şeklinde bir ibarenin bu anlaşmalara girmesi için girişimlerde bulunulması gerekmektedir.

Dahilde İşleme Rejimine (DİR) bağlı olarak, ihrac kaydıyla, ithalatına izin verilen tekstil ürünlerinin gümrüklerde yeterli düzeyde denetlenememesi ve takip edilememesi sonucunda, bu malların ihrac edilmeyip iç piyasada tüketilmesi de haksız rekabete yol açan bir sorundur. Ayrıca bu durum maliye açısından da vergi kaybına yol açmaktadır. DİR kapsamında KDV’siz olarak ülkeye giren malların ihrac ürünlerinde kullanılıp kullanılmadığının denetlenmesi gerekmektedir.

#### **4.6.4. İhracatla İlgili Sorunlar ve Çözüm Önerileri**

Gerçekçi olmayan düşük kur politikası sonucu özellikle ihracata çalışan tekstil ve giyim sanayi olumsuz yönde etkilenmiştir. 2000 yılında girdi maliyetleri yüzde 30 düzeylerinde artarken ihracata çalışan sanayicilerin gelirleri bu dönemde girdi maliyetlerinin gerisinde kalmış ve dolayısıyla reel olarak azalmıştır. Ekonomik İstikrar Programı çerçevesinde uygulanan kur politikası, özellikle euro ile ihracat yapan firmaları zor duruma düşürmüştür. İhracat euro ile gerçekleştirildiği halde hammadde ve ara mallarını ABD doları ile satın alan firmalar, dolar/euro paritesindeki olumsuz gelişmeler nedeniyle daha da zor

duruma düşmüşlerdir. Ancak, 2002 yılında euronun dolar karşısında değer kazanması ve paritenin 1:1 seviyelerine gelmesi ihracatçıyı olumlu etkilemiştir.

İhracatçılar tarafından hemen hemen tüm toplantılarda dile getirilen bir başka önemli sorun Eximbank kredilerinin yetersizliğidir. Eximbank’ın ihracat kredilerini aracı banka yolu ile kullandırması ve aracı bankaların kredi verirken büyük firma ve kendileri ile iş yapan firmalara öncelik vermesi veya verilen kredilerin önemli bir miktarının, bazen yüzde 80'lere ulaşan, bankada mevduat olarak tutulmasını şart koşması ihracatçıların karşılaştığı bir diğer önemli sorundur. Sanayiciler Eximbank’ın aracı banka kullanmadan bir ticari banka gibi gayrimenkul teminatları ile kredi vermesini talep etmektedirler. Ancak, Eximbank’ın mevcut altyapısı ile böyle bir görevi yerine getirmesi mümkün görülmemektedir. Aracı bankaların kredi dağıtımını konularında daha iyi bir şekilde denetlenmesi, usulsüzlükler durumunda bu bankalara verilen kredilerin limitlerinin daraltılması veya sıfırlanması gereklidir.

Tekstil ve giyim sanayiinin sorunları yukarıda belirtilen maddelerle sınırlı olmayıp, kaliteli ve ucuz enerji temininde karşılaşılan sorunlar, KDV’de müteselsil sorumluluktan kaynaklanan sorunlar, yabancı sermayenin gelmemesi, öz kaynakların yetersizliği, pazarlamada karşılaşılan sorunlar gibi bir çok sorun da bulunmaktadır. Ancak, bu sorunlar arasında en önemli sorun olarak düşünülenler yukarıda incelenmiştir.



## **5. TÜRKİYE’DE TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SANAYİLERİNİN GELECEĞİ**

### **5.1. Sektörün Hedefi**

Sektörün genelinde bu sorunlar gözlenmekle beraber, özellikle yeni üretime başlayan firmalar, ürün geliştirme, pazarlama, markalaşma yönünden yetersiz kalmaktadırlar. Sektör esas olarak gelişmiş ülkelerdeki alıcı firmalara pazara yakınlık avantajını kullanarak mal satmakla birlikte Çin, Hindistan gibi gelişmekte olan rakip ülkelere göre daha fazla bilgi birikimine ve alıcının isteklerini yerine getirebilme yeteneğine sahiptir.

2005 yılından itibaren dünyada tekstil ve hazır giyim ürünlerine uygulanana kotaların kalkacak olması nedeniyle Türkiye moda yaratıp geliştirdiği modelleri yurtdışında ürettiren gelişmiş ülkelerin üretim yeri değil gelişmiş ülkelerle benzer sektör yapısı geliştirmelidir. Kısa dönemde moda, marka yaratmanın finansal güçlükleri göz önünde bulundurularak “Türk Malı” imajının güçlendirilmesine önem verilmelidir. “Türk Malı”na yönelik dış pazarlarda talep oluşturulması tekstil ve hazır giyim sektörlerinin yurt dışında kalıcılığına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, “Türk Malı” imajı ile örtüşecek şekilde, önemli bir hammadde ve tekstil üreticisi ülke olmanın avantajları da kullanılarak, firma düzeyinde markalaşma çalışmaları yapılmalıdır.

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde en kaygı verici noktalardan birisi araştırma-geliştirme faaliyetlerinin sınırlı kalmasıdır. Yurt dışına yapılan fason üretim ile sağlanan getiri büyük ölçüde fason üretim yaptıran işletmelerde kalmaktadır. Bu nedenle Ar-Ge faaliyetlerine destek verilmesi önem arz etmektedir. Ar-Ge’ye bağlı olarak geliştirilen moda-markalar çok iyi tasarlanmış reklam ve pazarlama çalışmaları ile desteklenmelidir. Pazar araştırmaları zamana zaman yapılan bir faaliyet olmamalı, sürekli yinelenmelidir. Ayrıca, firmalarımızın ihracat açısından potansiyel ülkelerde mağaza, satış zinciri kurmak gibi aktif pazarlama tekniklerinden yararlanmaları çok önemlidir.

### **5.2. Hangi Ürünlere/Pazarlara Yönelmeli**

Türkiye ihracatta ve dolayısı ile ülkeye döviz girişinde tekstil ve hazır giyim ürünlerine çok bağımlı olması sebebiyle kısa ve orta vadede bu sektörlerden vazgeçilmesi mümkün değildir. Bu nedenle, bu sektörlerde ihracatta süreklilik sağlanabilmesi için ürün ve pazar çeşitlendirilmesine gidilmeli, rekabet şansımızın daha yüksek olduğu mal ve mal grupları belirlenmelidir. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde tekstil ürünlerinde rekabet şansımız daha yüksektir. Bu nedenle tekstil ve hazır giyim ürünlerinden de kaliteli ve katma değeri yüksek malların üretimine öncelik verilmelidir.

Pazar hedefinde; hedef müşteri grubu olarak, geliri ortanın üstünde olan, kaliteli mal alabilecek kişiler alınmalıdır. Burada unutulmaması gereken nokta, Çin ve Hindistan gibi az gelişmiş fakat yüksek nüfusa sahip ülkelerde kaliteli ürüne talebi olan zengin bir müşteri kitlesinin bulunduğudur. Bu nedenle bu ülkeler de tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ihracat

yapabileceği ülkeler olarak değerlendirilmelidir. 2005 yılından sonra kotaların kalkması yanında tarife indirimleri de gerçekleşecektir. Böylece tekstil ve hazır giyim üreticilerimiz kendi iç pazarlarını yüksek tarifeler ve tarife dışı engellerle korumakta olan bu ülkelere girme şansı elde edeceklerdir. Fakat ucuz ve fason üretimde ise gelişmekte olan ülkeler, başta Çin, Hindistan, Bangladeş olmak üzere Güney Doğu Asya ülkelerine karşı rekabette özellikle emek yoğun sektör olan hazır giyim sektöründe güçlük çekileceği düşünülmektedir.

İhracatta hedef ülkeler olarak; AB pazarına olan bağımlılığın azaltılması için yeni pazarlar aranmalıdır. Özellikle gelir düzeyi yüksek İskandinav ülkeleri ve gelecekte büyük bir Pazar olabilecek Çin ile ilgili araştırmalar yapılmalıdır. Ülkemiz ihracatı için önemli olan ABD, Japonya, Kanada, İsviçre gibi gelişmiş ülkelerin 2005 yılı sonrasında da kendilerine yeterlilik oranının gerilemeye devam edeceği için bu pazarların hedef pazarlar olarak iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

### **5.3. İç Pazarın Analizi**

Türkiye’de son yıllarda hızla artan pamuk talebine bağlı olarak pamuk ithalatı da artmıştır. İç talep yönündeki bu artışta, 90’lı yıllarda pamuk ipliği kapasitesinde sağlanan aşırı büyümenin payı vardır. Pamuk politikalarındaki istikrarsızlık ve yetersizlik, üreticinin eline geçen reel gelirin yıldan yıla dalgalanmasına neden olmakta bu da pamuk ekim alanlarında ve üretiminde istikrarsızlıklara neden olmaktadır. Dolayısıyla Türkiye, pamukta net ihracatçı konumundan net ithalatçı konumuna gelmiştir.

GSMH içerisindeki payı, istihdama ve ihracata olan katkısı açısından bakıldığında tekstil ve hazır giyim sektörleri Türkiye’deki en büyük sanayii sektördür. 90’lı yıllara kadar dünya ortalamasının üzerinde bir performans ile gelişen sektör bu yıllardan itibaren gerek iç gerekse dış faktörlerden dolayı ciddi sorunlar yaşamaya başlamıştır. Dış faktörler arasında özellikle gelişen globalleşme ile birlikte tekstil ve hazır giyim sektörlerinin daha fazla dış ticarete konu olması gelmektedir. Türkiye’de de sektör dünyadaki bu eğilime benzer bir şekilde dış pazara yönelik gelişme göstermiştir. Türkiye’de tekstil üretiminin yaklaşık yüzde 60’ı, hazır giyim üretiminin ise yaklaşık yüzde 40’ı iç pazarda satılmaktadır.

### **5.4. Geliştirilmesi Gereken Özellikler**

Tekstil ve hazır giyim dünyada rekabetin en fazla yaşandığı sektörlerden birisidir. Gelişmiş ülkelerin bile terketmek istemedikleri bu sektörde dünya ticareti 2005 yılına kadar miktar kısıtlamalarına bağlı olacaktır. Globalleşme sürecinin tekstil ve hazır giyim sektörleri üzerindeki etkilerinin kotaların kalkacağı 2005 yılı sonrasında artarak sürmesi beklenmektedir. 2005 yılı sonrası miktar kısıtlamalarının kalkması ile birlikte büyük miktarlarda mal talep eden firmalar alımlarını değişik tedarikçilere yaymak yerine az sayıda ve büyük tedarikçilere yönlendireceklerdir. Bu nedenle Türkiye’de çoğu KOBİ niteliğindeki

firmaların birleşmesi veya birlikte hareket edebilmek için ortak stratejiler oluşturması gerekmektedir.

Halen tekstil ve hazır giyim ticaretinin önündeki en büyük engel olarak görülen kotaların kalkması ile birlikte ticaret daha serbestleşecek rekabet daha da artacaktır. Türkiye’nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinde en büyük rakibi olan başta Çin ve diğer Uzak Doğu ülkeleri olmak üzere gelişmekte olan diğer ülkelere göre maliyet üstünlüğüne dayalı bir rekabete girme şansı bulunmamaktadır. Bu nedenle diğer rekabet unsurları olarak sıralayabileceğimiz kalite ve temin süresi tekstil ve hazır giyim sanayileri için önem kazanmaktadır. Kaliteli ve hızlı üretim, yeni teknoloji makine ve araçların kullanımının yanısıra bu yeni teknoloji ürünü araçları kullanacak vasıflı işgücünü gerekli kılmaktadır. Bu nedenle tekstil eğitimi veren üniversite ve meslek liselerindeki eğitim kalitesinin yükseltilmesi önem kazanmaktadır. Eğitimin yanısıra tekstil ve hazır giyim sektörlerinde daha fazla katma değer yaratacak, verimliliği ve teknoloji kullanımını artıracak, ürün çeşitliliğini sağlayacak, önemli bir su tüketicisi ve kirleticisi olan tekstil terbiyesi alt sektöründeki su tüketimini azaltarak çevresel etkiyi en aza indirecek Ar-Ge çalışmalarına da önem verilmelidir. Bu nedenle tekstil ve hazır giyim sektörlerinde Ar-Ge çalışmalarının artırılması önem arz etmektedir.

Tarım, inşaat, ev tekstilleri, sağlık tekstilleri, çevre, ambalaj, taşıt araçları yan ürünleri, spor ve koruma malzemeleri yapımı ve değişik mühendislik alanlarında kullanım yeri olan teknik tekstiller üretiminde Türkiye’nin payı dünya ölçeğinde ev tekstili dışında yok denecek kadar azdır. 2005 yılında teknik tekstillerin dünya üretiminin 70 milyar doları geçeceği tahmin edilmektedir. Katma değeri yüksek olan teknik tekstiller üretimine önem verilmeli ve bu konudaki Ar-Ge çalışmaları özendirilmelidir.

### **5.5. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Geleceği İçin Kamu ve Özel Sektöre Öneriler**

Türkiye’de faaliyet gösteren çok sayıda irili ufaklı firma, liberalleşen dünya tekstil ve hazır giyim ticareti gibi nedenlerle Türkiye tekstil ve hazır giyim piyasası tam rekabet piyasası özelliklerine uygun bir görünüm sergilemektedir. Serbest rekabet imkanının sağlanması ve rekabet şartlarının korunması, tekstil ve hazır giyim piyasasının daha düzgün çalışması için devletin yapması gereken en temel görevdir. Bu nedenle halen uygulanmakta olan “Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı” tüm sektörler olduğu kadar tekstil ve hazır giyim sanayileri için önem arz etmektedir. Bu program sonucu sağlanması hedeflenen makro ekonomik istikrarın tekstil ve hazır giyim sanayilerinin dünya çapında rekabet edebilirlikleri üzerinde olumlu yönde etkide bulunması beklenmektedir.

Finansman maliyeti tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için en büyük maliyet unsurlarından birisidir. Özellikle gelişmiş ülkelere göre çok yüksek olan reel

faiz oranları ve buna ek olarak bankaların reel sektöre yönelik tutumları sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle bankacılık sektörünün devlet tarafından denetlenmesi ve düzenlenmesi önem arz etmektedir.

Tekstil ve hazır giyim sektörü ile ilgili karar verici kamu kuruluşları arası eşgüdümün sağlanması bu sektörlerin geleceği açısından kamunun bir diğer öncelikli yapması gerekenlerden birisidir. Karar alıcı kamu kuruluşları arası eşgüdümün daha etkin bir şekilde sağlanması firmaların dünyada konjonktürel değişimlerden en az seviyede etkilenmeleri açısından önem arz etmektedir.

Kamunun yanında sektörün geleceği açısından özel sektöre de önemli görevler düşmektedir. 2005 yılı sonrası kotaların kalkması ile birlikte büyük alıcıların daha az sayıda ve daha büyük ölçekte üretim yapan tedarikçilerle çalışacağı, dünyada hızla gelişen şirket birleşmelerinin üretim kalıplarında meydana getirdiği etkiler, sektörler arası ve aynı sektörde faaliyet gösteren firmalar arası artan işbirlikleri gibi ölçek ekonomisine dönük gelişmeler dikkate alındığında öncelikle, yeni ürün geliştirmede, üretimde, satış ve pazarlamada, firmalar arası işbirliklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Özellikle hazır giyim firmaları için geçerli olmakla beraber, Türkiye’de faaliyet gösteren tekstil ve hazır giyim firmalarının büyük kısmı KOBİ niteliğindedir. Üretim süreçlerinin ve ürünlerin belirli ortak standartlarda olması büyük miktarlarda alım yapan firmalara satışta önemlidir. Bu nedenle sektör içi firmalar arasında, ürünlerin kalite özelliklerinin belirlenmesinde ve üretim süreçlerinde bilgi alışverişi ve işbirlikleri önem arz etmektedir.

Türkiye’de GSYİH içerisinde Ar-Ge’ye ayrılan pay yüzde 0,6’dır. Toplam Ar-Ge harcamasının içerisinde tekstil ve hazır giyim sektörünün payı ise yaklaşık yüzde 2,3’dür. Türkiye’nin dünyada önde gelen tekstil ve hazır giyim üreticisi ülke konumunu sürdürülebilmesi için gerçekleştirilmesi zorunlu olan Ar-Ge çalışmalarına ayrılan kaynağın artırılması önem arz etmektedir. Ayrıca, Ar-Ge çalışmalarında, sektör içi firmaların yanısıra elektronik, haberleşme, kimya, tıp gibi diğer sektörlerdeki firmalarla işbirliklerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Pazarlamada ise sektör dernekleri vasıtası ile biraraya gelen firmalar arası işbirliklerinin artırılarak sürdürülmesi hem büyük partilerde mal üretimini kolaylaştırması hem de pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde etkinliğin artırılması açısından önem arz etmektedir.

2005 yılında tekstil ve hazır giyim miktar kısıtlamalarının kalkması ile birlikte ülkeler arası rekabet daha da artacaktır. Bu nedenle, Türkiye’nin öncelikle serbest rekabet ortamına hazırlanması ve bu amaçla başta moda ve marka yaratımı, pazarlama ve Ar-Ge konuları olmak üzere rekabet şansını artıracak konularda çalışmalar yapması gerekmektedir. Aksi takdirde, 10 milyar doları aşan tekstil ve hazır giyim ihracatımızın duraklaması ve hatta gerilemesi söz konusu olabilecektir. Genel ihracatımız içerisinde önemli bir paya sahip olan bu sektörün yurt dışına kaliteli ve katma değeri yüksek malları ihraç edebilmesi için “Türk

malı kalitelidir” imajını güçlendiren çalışmalar özendirilmelidir. Bu konuya kamu ve özel sektör tarafından gerekli önemin gösterilmesi ile 2005 yılı sonrası ucuz mal grubunda Çin, Hindistan ve diğer Uzak Doğu ülkelerine kaybedilmesi beklenen pazar payının telafi edilmesi ve ihracatın daha da artırılması mümkün olabilecektir.

## KAYNAKLAR

- Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Araştırması, TC. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Araştırma ve Geliştirme Gn. Md., Ankara, 2001
- TBMM 10/10 Sayılı Tekstil Sorunları Araştırma Komisyonu Raporu
- Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ekonomik Araştırmalar ve Deđerlendirme Gn. Md., Ankara, 2001
- Dünya Ticaret Örgütü Yıllıkları, 1996, 2000, 2001