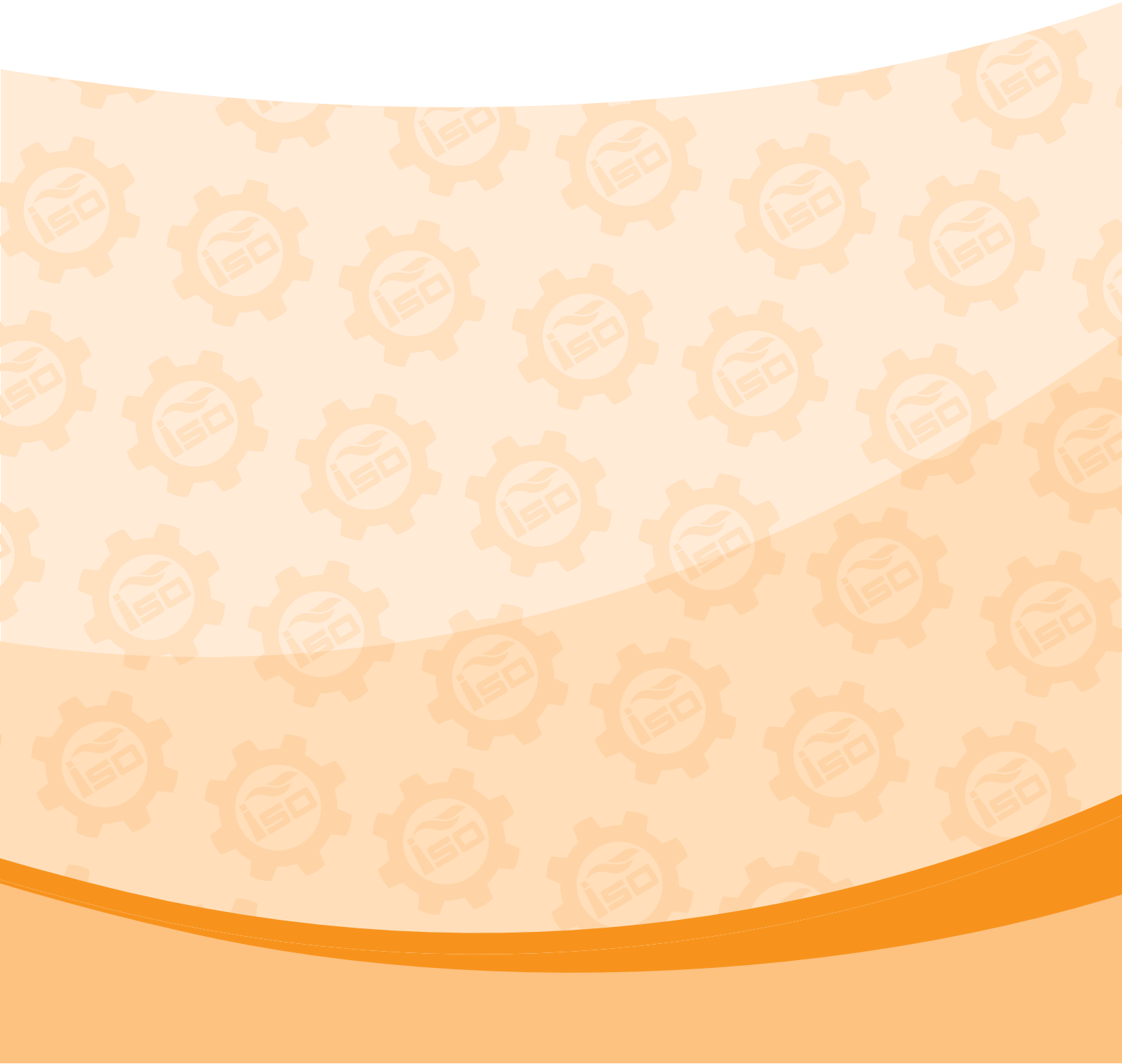




İSTANBUL
SANAYİ ODASI

Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi

Tekstil İmalatı Sanayi





İSTANBUL
SANAYİ ODASI

Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi

Tekstil İmalatı Sanayi

ISBN: 978-605-137-334-8 (Basılı)
ISBN: 978-605-137-333-1 (Elektronik)
İSO Yayın No:2014/4
Sertifika No: 19176
Baskı: 1750 Adet

Ocak 2014
İstanbul

İstanbul Sanayi Odası Yayınları No: 2014/4
Araştırma Şubesi
Meşrutiyet Caddesi No:62
Tepebaşı 34430 İstanbul
Tel:(212) 252 29 00 (pbx)
Faks:(212) 245 32 82
www.iso.org.tr

Grafik Tasarım ve Uygulama:
MediaBird
Cihangir Mahallesi, Güvercin Caddesi
No: 13 Haramidere 34310 İstanbul
Tel: (0212) 422 22 99
www.mediabird.com.tr

Basım Yeri:
Tor Ofset San. ve Tic. Ltd. Şti.
Hadımköy Yolu, Akçaburgaz Mahallesi,
4.Bölge, 9. Cadde 116. Sokak No:2
Esenyurt / İstanbul
Tel: (212) 886 34 74

Tüm hakları İstanbul Sanayi Odası'na aittir.
Bu yayındaki bilgiler ancak kaynak gösterilmek suretiyle kullanılabilir.

RAPORUN HAZIRLANMASINDA KATKIDA BULUNAN MESLEK KOMİTESİ VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI TEMSİLCİLERİ

7. Grup Meslek Komitesi

Sultan TEPE

7. Grup İSO Meclis Üyesi (İSO Yönetim Kurulu Üyesi)
TEPAR TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Kemal KARABEL

7. Grup Meclis Üyesi
KALELİ İPLİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Mehmet Adnan ÖCALGIRAY

7. Grup Meslek Komitesi Başkanı
ORMO YÜN İPLİK SAN. VE TİC. A.Ş.

Fuat AKINCI

7. Grup Meslek Komitesi Üyesi
AKTAŞ AKINCI TEKSTİL A.Ş.

Ragıp GÜLTEKİN

Grup Meslek Komitesi Üyesi
AKBOYA TEKSTİL KİMYA SAN. VE TİC. A.Ş.

8. Grup Meslek Komitesi

Nurettin ÇETİNKAYA

8. grup Meclis Üyesi
EKİN İŞLEME TEKSTİL İTH. İHR. PAZ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Ali Sami AYDIN

8. grup Meclis Üyesi
AYDIN MENSUCAT DÖŞEMELİK KUMAŞ SAN. VE TİC. A.Ş.

Bülent KOÇAK

8. grup Meslek Komitesi Üyesi
KOÇAKLAR EV TEKSTİL ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. A.Ş.

Yaşar Engin KÖYMEN

8. grup Meslek Komitesi Üyesi
TEKNİK MENSUCAT SAN. A.Ş.

Mehmet Metin ÖZÇELİK

8. grup Meslek Komitesi Üyesi
ÖZÇELİKLER EV TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

9. Grup Meslek Komitesi

İsmail GÜLLE

9. Grup Meclis Üyesi (İSO Meclis Başkan Yardımcısı)
GÜLLE ENTEGRE TEKSTİL İŞLETMELERİ EMLAK DANIŞMANLIĞI SAN. VE TİC. A.Ş.

Mehmet Selçuk SADIR

9. Grup Meclis Üyesi
SADIRLAR TEKSTİL SAN. VE TURİZM TİC. A.Ş.

İshak İhsan KISACIK

9. Grup Meclis Üyesi
FATİH EMPRİME BOYA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

İsmet AKKAYA

9. Grup Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
ZEKİ ÖRME SAN. VE TİC. A.Ş.

Zafer ÇELİKTAŞ

9. Grup Meslek Komitesi Üyesi
STAR PRİNTEKS TEKSTİL BOYA EMPRİME BASKI SAN. VE TİC. A.Ş.

Metin ÇETİNKAYA

9. Grup Meslek Komitesi Üyesi
ÇETİNKAYA NAKIŞ KURDELE TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

İbrahim GÜNEŞ

9. Grup Meslek Komitesi Üyesi
NARİN TRİKO TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

10. Grup Meslek Komitesi**Ali Zafer ŞİŞMAN**

10. Grup Meclis Üyesi
TELASİS TEKSTİL ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. A.Ş.

Hazim SESLİ

10. Grup Meclis Üyesi
DERVİŞOĞLU TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Onur HÜRĞEL

10. Grup Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
GENTUĞ TEKSTİL ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. A.Ş.

Rugnettin SOLAK

10. Grup Meslek Komitesi Üyesi
GÜRÜNLÜLER TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Kemal ŞİŞMAN

Meslek Komitesi Üyesi
SALTEKS TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

11. Grup Meslek Komitesi**Osman Sait GÜNTEKİ**

11. Grup Meclis Üyesi
ECE FERMUAR SAN. VE TİC. A.Ş.

Fikret TANRIVERDİ

11. Grup Meclis Üyesi
İNCİ FERMUAR SAN. VE TİC. A.Ş.

Yaşar SERTKAYA

11. Grup Meslek Komitesi Başkanı
DERİDESEN ETİKET SAN. VE TİC. A.Ş.

Muharrem ÖZÇELİK

11. Grup Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
ÇAĞ-TEK ZAMAK DÜĞME VE GİYİM AKSESUARLARI PAZ. TİC. LTD. ŞTİ.

Osman EGE

11. Grup Meslek Komitesi Üyesi
ŞİMŞEK EGE ETİKET VE MATBAACILIK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Vehbi CANPOLAT

MİĞİSAN KONFEKSİYON SAN VE TİC. LTD. ŞTİ. (13. Grup İSO Meclis Üyesi)

Hasan YEĞENLER

Konfeksiyon Yan Sanayiciler Derneği (KYSD)

Nihan Yelutaş TÜZEL

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Haşim BÜYÜKBALCI

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Sezer TOKGÖZ

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Ömer IŞIK

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Bora KOCAMAN

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TÜTSİS)

Hasan GÜLVEREN

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Atilla BAĞÇUVAN

Pamuklu Tekstil Sanayicileri Birliği (PTSB)

Müge KOÇUM

Pamuklu Tekstil Sanayicileri Birliği (PTSB)

Proje Koordinatörü:

İstanbul Sanayi Odası Genel Sekreterliği

Proje Grubu:**Dr. Can Fuat GÜRLESEL**

Proje Danışmanı

Dr. Nesrin Akçay ERİÇOK

İSO Araştırma Şubesi Müdür Yardımcısı

Mustafa ADA

İSO Araştırma Şubesi Uzmanı

GRAFİKLER VE TABLOLAR LİSTESİ	IX
SUNUŞ	XI
YÖNETİCİ ÖZETİ	XIII
EXECUTIVE SUMMARY	XIX

1. BÖLÜM TEKSTİL İMALATI SANAYİNİN TANIMI VE KAPSAMI	1
1.1. TEKSTİL İMALATI SANAYİ	1
1.2. TEKSTİL İMALATI SANAYİNİN KAPSAMI	1
2. BÖLÜM SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELERİ	5
2.1. GENEL KAPSAM VE METODOLOJİ	5
2.2. TEMEL GÖSTERGELER	5
2.2.1. Girişim Sayısı	5
2.2.2. Üretim Değeri	6
2.2.3. Yaratılan Katma Değer	6
2.2.4. Yatırımlar	7
2.2.5. Alt Sektörler İtibariyle Paylar	7
2.3. GENEL İMALAT SANAYİ İÇİNDEN ALINAN PAYLARDA GELİŞMELER	8
2.4. SANAYİ ÜRETİMİ VE KAPASİTE KULLANIM ORANLARI	9
2.5. İSTİHDAM	10
2.6. İŞGÜCÜ VERİMLİLİĞİ	10
2.7. DIŞ TİCARET	11
2.7.1. Tekstil İmalatı Sanayi İhracat ve İthalatı	11
2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat	12
2.7.3. İhracat Miktar ve Birim Değer Gelişmeleri	13
2.7.4. Tekstil İmalatı Sanayi İhracat Pazarları	13
2.8. NET DÖVİZ KAZANCI	15
2.9. ARGE VE TEKNOLOJİ FAALİYETLERİ	15
2.10. ÜRETİM, TÜKETİM VE İÇ PAZAR BÜYÜKLÜKLERİ	18
2.10.1. İplik Sektörü	18
2.10.2. Dokuma ve Örme Kumaş	20
2.10.3. Tekstil Terbiye	21
2.10.4. Ev Tekstili	21
2.10.5. Teknik Tekstil Sektörü	22
2.10.6. Tekstil ve Konfeksiyon Yan Sanayi	23
2.10.7. Halı Sektörü	24
2.10.8. Alt Sektörlerde Yatırım Eğilimi	25
2.11. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TEKSTİL SEKTÖRÜNE YAKLAŞIMI VE TÜRKİYE-AB İLİŞKİLERİNİN SEKTÖRE ETKİLERİ	25
2.11.1. Avrupa Birliği'nin Tekstil Sektörüne Yaklaşımı	25
2.11.2. Türkiye-AB İlişkilerinin Sektöre Etkileri	26

3. BÖLÜM DÜNYA TEKSTİL SANAYİ VE TÜRKİYE'NİN KONUMU	29
3.1. ÜRETİM VE ÜRETİCİ ÜLKELER	29
3.2. DÜNYA TEKSTİL İMALATI SANAYİ İHRACATI	30
3.3. DÜNYA TEKSTİL İHRACATÇILARI VE İTHALATÇILARI	31
3.3.1. Dünya Tekstil İhracatçıları	31
3.3.2. Dünya Tekstil İthalat Pazarları ve Tedarikçileri	32
3.4. TÜRKİYE'NİN KONUMU	34
4. BÖLÜM TEKSTİL İMALATI SANAYİNDE TEMEL REKABET UNSURLARI VE GELİŞMELER	37
4.1. TEMEL REKABET UNSURLARI	37
4.2. TEMEL REKABET UNSURLARINA İLİŞKİN DEĞERLENDİRME VE KARŞILAŞTIRMALAR	37
4.2.1. Hammadde ve Girdi Tedariki	37
4.2.2. Üretim	38
4.2.3. Teknoloji Faaliyetleri, Ürün Geliştirme ve Kalite	38
4.2.4. Pazarlama ve Satış	38
4.2.5. Finansman ve Mali Yapı	39
4.2.6. İnsan Kaynakları	39
4.2.7. Piyasa ve Sektör Koşulları	39
5. BÖLÜM TEKSTİL İMALATI SANAYİNİN SWOT ANALİZİ VE DEĞERLENDİRMELER	41
5.1. GÜÇLÜ YÖNLER	41
5.2. ZAYIF YÖNLER	41
5.3. TEHDİTLER	42
5.4. FIRSATLAR	43
6. BÖLÜM SEKTÖR STRATEJİLERİ VE POLİTİKALAR	45
6.1. STRATEJİK HEDEFLER	45
6.2. POLİTİKALAR VE UYGULAMA HEDEFLERİ	45
6.3. FİRMALARA ÖNERİLER	52

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1	: Üretim Değerlerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (%) (2011)	8
Grafik 2	: Tekstil İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	9
Grafik 3	: Tekstil İmalatı Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler	9
Grafik 4	: Tekstil İmalatı Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler	10
Grafik 5	: Tekstil İmalatı Sanayi İşgücü Verimliliği Endeksinde Gelişmeler	10
Grafik 6	: Tekstil İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	11
Grafik 7	: Tekstil İmalatı Sanayi İhracatının Türkiye Toplam İhracatı İçindeki Payı (%)	12
Grafik 8	: Tekstil İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endeksleri Yıllık Değişim Oranları (%)	13
Grafik 9	: Sektörün İhracat Pazarları (%) (2012)	14
Grafik 10	: Tekstil İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyar Dolar)	15
Grafik 11	: Dünya Tekstil Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)	30
Grafik 12	: Dünya Tekstil İhracatçısı Ülkeler (Milyar Dolar)	31
Grafik 13	: Dünya Tekstil İthalatçısı Ülkeler (Milyar Dolar)	32
Grafik 14	: Türk Tekstil Ürünleri İhracatının Dünya İhracatı İçindeki Payı (%)	34

TABLO LİSTESİ

Tablo 1	: Tekstil İmalatı Sanayinde Temel Göstergeler	5
Tablo 2	: Tekstil İmalatı Sanayi Girişim Sayısı (Adet)	6
Tablo 3	: Tekstil İmalatı Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)	6
Tablo 4	: Tekstil İmalatı Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)	7
Tablo 5	: Tekstil İmalatı Sanayinde Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımlar (Milyon TL)	7
Tablo 6	: Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibariyle Dağılımı (2011)	8
Tablo 7	: Tekstil İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	8
Tablo 8	: Tekstil İmalatı Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranı	9
Tablo 9	: Tekstil İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim Endeksleri (2005=100)	9
Tablo 10	: Tekstil İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)	10
Tablo 11	: Tekstil İmalatı Sanayi Verimlilik (Kişi Başı Üretim) Endeksleri (2005=100)	10
Tablo 12	: Tekstil İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başı Üretim) Endeksleri (2005=100)	11
Tablo 13	: Tekstil İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)	11
Tablo 14	: Alt Sektörler İtibariyle Tekstil İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	12
Tablo 15	: Alt Sektörler İtibariyle Tekstil İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)	12
Tablo 16	: Tekstil İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endeksleri (2003=100)	13
Tablo 17	: Tekstil İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar)	13
Tablo 18	: Tekstil İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)	15
Tablo 19	: Tekstil İmalatı Sanayi ARGE Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	15
Tablo 20	: İmalat Sanayinde ARGE Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	16
Tablo 21	: Tekstil İmalatı Sanayi ARGE Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	16
Tablo 22	: İmalat Sanayinde ARGE Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	16
Tablo 23	: Sektörde Alınan Patentler (Yerel) (Adet)	16
Tablo 24	: Sektörde Yerel Marka Tescilleri (Adet)	16
Tablo 25	: Sektörde Endüstriyel Tasarım Tescilleri (Yerel) (Adet)	17
Tablo 26	: Pamuk, İpek ve Yün İplik Üretim Kapasitesi (Eylül 2013)	19

Tablo 27 :	Türkiye Sentetik Elyaf ve İplik Kapasitesi (Ton)	19
Tablo 28 :	Türkiye Sentetik Elyaf ve İplik Üretimi (Ton)	20
Tablo 29 :	Türkiye Sentetik Elyaf ve İplik İthalatı (Ton)	20
Tablo 30 :	Dokuma Kumaş Üretim Kapasitesi (Eylül 2013)	20
Tablo 31 :	Boya Baskı Terbiye Kapasitesi (Eylül 2013)	21
Tablo 32 :	Ev Tekstili Üretim ve Satış Değerleri (Milyon TL)	22
Tablo 33 :	Ev Tekstili Dış Ticareti (Dolar)	22
Tablo 34 :	Ev Tekstili Ürünleri Dış Ticareti (Dolar) (2012)	22
Tablo 35 :	Tekstil Makineleri İthalatı (Milyon Dolar)	25
Tablo 36 :	Tekstil İmalatı Sanayi Katma Değerinin Toplam İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı (%)	29
Tablo 37 :	Dünya Tekstil Ürünleri İhracatı ve Dünya Ticareti İçinde Payı	30
Tablo 38 :	Alt Sektörler İtibariyle Dünya Tekstil İhracatı (Milyar Dolar)	30
Tablo 39 :	Dünya Tekstil Ürünleri İhracatında İlk 15 Ülke (Milyon Dolar)	31
Tablo 40 :	Dünya Tekstil Ürünleri İthalatında İlk 15 Ülke (Milyon Dolar)	32
Tablo 41 :	ABD'nin Tekstil İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)	33
Tablo 42 :	Çin'in Tekstil İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)	33
Tablo 43 :	Almanya'nın Tekstil İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)	33
Tablo 44 :	Türkiye'nin Üretim İtibariyle Konumu (2012)	34
Tablo 45 :	Dünya Tekstil İhracatı ve Türkiye'nin Payı	34
Tablo 46 :	Alt Sektör Grupları İtibariyle Türkiye'nin Dünya Tekstil İhracatı İçindeki Payı (%)	35
Tablo 47 :	Tekstil İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları	37
Tablo 48 :	Dünya Pamuk Üretimi (Milyon Metrik Ton)	37
Tablo 49 :	Dünya Pamuk Tüketimi (Milyon Metrik Ton)	37
Tablo 50 :	Seçilmiş Ülkelerde İşgücü Maliyeti Karşılaştırması (Hindistan=100)	38
Tablo 51 :	Seçilmiş Ülkelerde Enerji Maliyeti Karşılaştırması (Hindistan=100)	38
Tablo 52 :	Türkiye ve İtalya'nın Seçilmiş Tekstil Ürünü Ortalama İhraç Fiyatları (2012)	38
Tablo 53 :	Tekstil İmalatı Sanayinin Güçlü Yönleri	41
Tablo 54 :	Tekstil İmalatı Sanayinin Zayıf Yönleri	42
Tablo 55 :	Tekstil İmalatı Sanayinde Tehditler	43
Tablo 56 :	Tekstil İmalatı Sanayinde Fırsatlar	44
Tablo 57 :	Tekstil İmalatı Sanayi İçin Stratejik Hedefler	45

İstanbul Sanayi Odası, imalat sanayi sektörlerimizin rekabet gücünün geliştirilmesi amacıyla, 2001 yılından bu yana, "İSO Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi"ni yürütmektedir. Ülkemizin sektörel strateji üretme yeteneğinin geliştirilmesine ve kurumsal işbirliklerinin pekiştirilmesine önemli katkılar sağlayan bu proje kapsamında Meslek Komiteleri temsilcileri, sektör dernekleri ve meslek kuruluşlarının katkı ve katılımlarıyla çeşitli sektör raporları hazırlanmaktadır.

Bu bağlamda sektör raporları serisinin 12.'sini oluşturan "Tekstil İmalatı Sanayi" sektör raporumuz Odamız bünyesinde sektörü temsil eden 7, 8, 9, 10 ve 11. Grup Meslek Komitelerimizin ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının katkı ve katılımlarıyla proje danışmanımız Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından hazırlanarak kamuoyunun ilgisine sunulmuştur.

Tarihin ilk dönemlerinde başlayan geleneksel üretimini sanayi devrimi ile birlikte kitle üretimine çeviren ve ülkelerin sanayileşme evrelerinde vazgeçilmez bir sanayi dalı olan tekstil imalatı sanayi, günümüzde teknolojik gelişmelerin de desteği ile çok çeşitli ve fonksiyonel ürünleriyle tüm ülkeler için önemli bir sanayi kolu olmayı sürdürmektedir.

Ülkemizde de tekstil imalatı sanayi, 23 bini aşan girişim sayısı, 342 bin kişilik istihdamı, 11 milyar dolarlık ihracatı, yüzde 9'un üzerindeki Türkiye imalat sanayi katma değerindeki payıyla ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Bütün bu özellikleriyle sektör dünya tekstil ihracatı içindeki payını yüzde 4'e yaklaşırken, dünya sıralamasında yedinci sırada yer alma başarısını göstermiştir.

Türk tekstil imalatı sanayi özellikle 1980 yılından sonra ihracata dayalı üretime başlamış ve AB ile kurulan yakın işbirliği sayesinde önemli bir konuma yükselmiştir. AB ile tamamlanan gümrük birliği ile sektörün gelişimi hızlanmıştır. Türk tekstil imalat sanayi, gümrük birliğinin sağladığı teknik mevzuatlara ve standartlara uyumu, AB başta olmak üzere büyük pazarlara yakınlığı, kalifiye insan kaynağı ve tedarik zincirinin güçlü olması gibi unsurlar ile dünyanın en rekabetçi sektörleri arasında yer almaktadır. Sektör bu gücünü bugün esnek üretim, ürün geliştirme, yenilikçilik, tasarım ve markalaşma yetenekleri ile desteklemektedir.

Türkiye coğrafi olarak pamuk yetiştirmeye çok elverişli bir ülke olmasına rağmen pamuk üretimi önemli ölçüde azalmış, pamukta dışa bağımlı hale gelinmiş ve üretilen pamuğun toplanma ve işlemeye götürülme aşamasında kalitesi düşmüştür. Yine önemli bir girdi olan suni ve sentetik elyaf üretiminde de dış rekabetin yarattığı baskı nedeniyle önemli bir üretim kapasitesi kaybı olmuştur. Asya ülkeleri bu alanda düşük üretim maliyetleri avantajlı ara girdi kullanımı avantajına sahip bulunmaktadır.

Tekstil sektörü sermaye yoğun bir sektör olmakla birlikte işgücü ve enerji maliyetleri uluslararası rekabette belirleyici olmaya devam etmektedir. Rakip ülkeler ile karşılaştırıldığında Türkiye'de işgücü maliyetleri çok yüksek kalmaktadır. Enerji maliyetlerinin karşılaştırılmasında ise Türkiye, Hindistan, Pakistan ve Çin ile hemen hemen aynı seviyelerde enerji maliyetlerine sahipken, Mısır, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'e göre daha yüksek enerji maliyetlerine sahip bulunmaktadır.

Sürdürülebilir yeşil üretim bir diğer önemli rekabet unsuru haline gelmektedir. Türkiye AB normlarında üretim yaparak bu alanda avantajlı olmakla birlikte özellikle Asya ülkelerine göre ilave maliyetler yüklenmek durumunda kalmaktadır. Ürün standartları alanında Türkiye henüz standart koyucu değildir ve bu nedenle konulan standartlara uyum sağlamak durumunda kalmaktadır.

Tekstil imalatı sanayinde teknoloji faaliyetleri, araştırma-geliştirme çalışmaları ve tasarım kapasitesi ile markalaşma rekabetin en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. Türkiye çok önemli bir tekstil üreticisi olmakla birlikte üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri henüz yeterli ve ihtiyaç duyulan seviyeye ulaşmamıştır. Buna karşın sektörde tasarım, koleksiyon ve moda kapasitesi her aşamada hızla gelişmektedir. Markalaşma ise sektörün son yıllarda ağırlık vermeye başladığı bir alandır. Bununla birlikte Türkiye kaliteli, esnek ve giderek artan yüksek katma değerli ürünleri üretmekte olup bunları temsil eden "Made in Türkiye" etiketi ile de rekabet avantajı sağlamaktadır. Türkiye'nin bir diğer avantajı Avrupa pazarları ile etrafındaki 2-3 saat uçuş mesafesindeki pazarlara olan yakınlığı ve bu pazarlara yönelik olarak sahip olduğu lojistik olanaklarıdır.

Sektörde uzun yılların birikimi ile önemli ölçüde nitelikli yetişmiş işgücü bulunmaktadır. Ancak sektör yeni işe alımlarda eski cazibesini kaybetmekte olup, nitelikli işgücü istihdamında zorlanmaktadır. Tekstil sektöründe ithalat ve iç piyasa gözetimi de önemli bir sorundur. Standart dışı, kalitesiz, ucuz-dampingle, insan sağlığına zararlı ürünler ithal edilebilmekte, bunlar yurtiçi piyasaya girebilmektedir. Ayrıca yurtdışında kayıt dışı üretilen ürünler de haksız rekabet yaratmaktadır. Standart ve laboratuvar altyapısı da istenilen seviyede değildir.

Tüm bu sorunlara rağmen hızla büyüyen iç pazar, iç pazarda kalite, marka ve modern perakende algısının yükselmesi ve buna bağlı olarak genişleyen talep tekstil imalatı sanayi için önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Çevre ve bölge ülkelerinde artan Türkiye ve Türk malı popülaritesi de önemli bir fırsat haline gelmiştir. Çevre ve bölge ülkelerinin hazır giyim tüketimleri ve ihtiyaçları artarken, bu ülkelerin ara girdi (iplik/kumaş, yan sanayi vb) ihtiyaçlarını kendi içlerinden karşılama olanağının sınırlı kalması da önemli bir fırsat yaratmaktadır.

Önümüzdeki dönemde bu fırsat pencerelerinin çok daha iyi değerlendirileceğine olan güvenimizle "Tekstil İmalatı Sanayi" raporumuzu, sektörümüzün, uluslararası rekabet gücünün artırılması hedefine ulaşma çabasına yeni açılımlar getirmesi ve katkı sağlaması dileklerimizle bilgilerinize sunuyor; danışmanımız Sayın Dr. Can Fuat Gürlesel'e, çalışmamıza emek ve katkı veren 7, 8, 9, 10 ve 11. Grup Meslek Komitesi Üyelerimize, sektörel sivil toplum kuruluşları temsilcilerine ve Odamız Araştırma Şubesi çalışanlarına teşekkür ediyoruz.

Saygılarımızla,

Erdal BAHÇIVAN

İstanbul Sanayi Odası

Yönetim Kurulu Başkanı

TEKSTİL İMALATI SANAYİNİN TANIMI VE KAPSAMI

Tekstil imalat sanayi, tarihin ilk dönemlerinde başlayan geleneksel üretimini sanayi devrimi ile birlikte kitle üretimine çevirmiş ve ülkelerin sanayileşme evrelerinde vazgeçilmez bir sanayi dalı olmuştur. Günümüzde ise teknolojik gelişmelerin desteği ile çok çeşitli ve fonksiyonel ürünleri ile yine tüm ülkeler için önemli bir sanayi kolu olmayı sürdürmektedir.

Tekstil imalatı sanayi NACE.2 sektör sınıflandırmaları içinde 13. grubu oluşturmaktadır. Bu bölüm tekstilin dokunması da dahil tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi; tekstil ve giyim eşyalarının aprelenmesi, boyanması vb. bitirme işlemleri ile tekstil ürünlerinin imalatını (ev tekstil ürünleri, battaniyeler, halılar, kilimler, kordon, halat, ip vb.) kapsamaktadır (giyim eşyalarının imalatı hariç).

SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELERİ

Tekstil imalatı sanayinde 2004 yılında 19.726 olan girişim sayısı 2011 yılında 23.012'ye yükselmiştir. Ücretli çalışan sayısı ise aynı dönemde yüzde 2,6 artarak 2011 yılında 342.474 olmuştur. Nominal üretimi değeri 2004 yılında 31,65 milyar TL iken 2011 yılında 59,76 milyar TL'ye çıkmıştır. Tekstil imalatı sanayinin yarattığı katma değer ise nominal değerler ile 2004 yılında 7,8 milyar TL iken 2011 yılında 11,81 milyar TL olmuştur. Tekstil imalatı sanayi yıllar itibariyle önemli yatırım gerçekleştirilmektedir. 2011 yılında 5,23 milyar TL tutarında yatırım yapılmıştır.

Tekstil imalatı sanayinde girişim sayısı olarak en yüksek paya ev tekstili alt sektörü yüzde 38,3 ile sahip bulunmaktadır. Üretim değeri olarak en yüksek paya yüzde 27,8 oranı ile tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi alt sektör grubu sahiptir. Tekstil imalatı sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 27,3 ile dokuma alt sektörü yaratmaktadır. Tekstil imalatı sanayinde en yüksek yatırımı ise yüzde 30,3 payı ile dokuma alt sektörü yapmaktadır.

Tekstil imalatı sanayinin 2004-2011 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı hemen hemen aynı kalmıştır. İstihdam içindeki payı ise gerileyerek 2004 yılında yüzde 16,0 iken 2011 yılında yüzde 12,0'a düşmüştür. 2004 yılında yüzde 11,09 olan üretimdeki payı 2011 yılında ise

yüzde 8,58 olmuştur. Yaratılan katma değer içindeki payı da 2004 yılında yüzde 11,67 iken 2011 yılında ise yüzde 9,16 olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında ise yatırımlardaki payı yüzde 10,58 olmuştur.

Tekstil imalatı sanayinde üretim 2005-2012 arasında yüzde 8 gerilemiştir. Böylece aynı dönemde yüzde 27,3 artış gösteren ortalama imalat sanayi üretim büyümesinin altında kalmıştır.

Tekstil imalatı sanayinin ihracatı 2005 yılında 7,08 milyar dolar iken 2012 yılında 11,09 milyar dolara yükselmiştir. Tekstil imalatı sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 9,6'dan yüzde 8,1'e gerilemiştir. 2005 yılında 4,44 milyar dolar olan tekstil ithalatı ise 2012 yılında 6,59 milyar dolara yükselirken toplam ithalat içindeki payı da yüzde 3,8'den yüzde 2,8'e inmiştir.

Tekstil imalatı sanayi alt sektör grupları içinde en yüksek ihracatı halılar ve diğer yer kaplamaları gerçekleştirmektedir. 2012 yılında halı ve yer kaplamaları ihracatı 2,0 milyar dolar olmuştur. İkinci en yüksek ihracatı ise ev tekstili ağırlıklı dokumaya elverişli maddelerden diğer hazır eşya ve takımlar gerçekleştirmektedir. Bu alt ürün grubunun ihracatı 2012 yılında 1,90 milyar dolar olmuştur. Tekstil iplikleri ihracatı 1,67 milyar dolar, sentetik ve suni filamentler ihracatı 1,59 milyar dolar, örme kumaş ihracatı 1,45 milyar dolar, pamuklu dokuma ihracatı ise 1,15 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tekstil imalatı sanayinde ihracatta miktar ve ihracat ürünleri ortalama birim değerleri 2003-2012 döneminde artmıştır. İhracat birim değeri 2003-2012 arasında Dolar cinsinden yüzde 44 artmıştır. İhracat miktarı ise yine 2003-2012 arasında yüzde 47 artmıştır.

Türkiye'nin tekstil imalatı sanayinde ihracat pazarları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Sektörün en önemli pazarı AB ülkeleri olmakla birlikte son yıllardaki gelişimi ile birlikte Rusya 2012 yılında en büyük pazar haline gelmiştir. AB ülkeleri içinde Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa ve Hollanda geleneksel ve önemli pazarlar olmayı sürdürmektedir. ABD sektörün dördüncü büyük pazarı olarak yer almaktadır. Sektör için S.Arabistan, Irak ve Mısır, Körfez, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesindeki önemli pazarlardır. Romanya, Polonya, Bulgaristan ve Ukrayna da hem üretimde kullandıkları ara girdiler için hem de ev tekstili gibi nihai ürünler için Türk tekstil sektörünün gelişen ve potansiyel pazarını oluşturmaktadır.

Tekstil imalatı sanayinin, nihai ürünlerin ihracat ve ithalat farkı ile ölçülen net döviz kazancı 2012 yılında 4,49 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tekstil imalatı sanayinde araştırma-geliştirme faaliyetleri için istihdam edilenlerin sayısı 2011 yılı itibariyle 947 kişidir. Araştırma geliştirme faaliyetleri için yapılan harcamalar ise yıllar itibariyle artarak 2011 yılında 80 milyon TL olarak ölçülmüştür.

Tekstil imalatı sanayinde alınan marka tescilleri yıllar itibariyle önemli artışlar göstermektedir. 2000 yılında 546 adet yerli marka tescilli yapılırken bu sayı 2012 yılında 3.971'e kadar yükselmiştir. En çok marka tescili yapılan alt sektör ise kumaş ve ev tekstili alt sektörüdür.

Tekstil imalatı sanayinde 5746 sayılı AR-GE Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun çerçevesinde en az 50 kişi çalıştırarak ARGE desteklerinden yararlanmak üzere 8 şirket bünyesinde kurulan ARGE Merkezi bulunmaktadır.

Türk tekstil imalatı sanayi özellikle 1980 yılından sonra ihracata dayalı üretime başlamış ve AB ile kurulan yakın işbirliği sayesinde önemli bir konuma yükselmiştir. AB ile tamamlanan gümrük birliği ile sektörün gelişimi hızlanmıştır. Türk tekstil imalat sanayi, gümrük birliğinin sağladığı teknik mevzuatlara ve standartlara uyumu, AB başta olmak üzere büyük pazarlara yakınlığı, kalifiye insan kaynağı ve tedarik zincirinin güçlü olması gibi unsurlar ile dünyanın en rekabetçi sektörleri arasında yer almaktadır. Sektör bu gücünü bugün esnek üretim, ürün geliştirme, yenilikçilik, tasarım ve markalaşma yetenekleri ile desteklemektedir.

Türkiye iplik sanayi 7,5 milyon iğ ve 600 bini aşan rotor sayısı ile ve genç sayılabilecek makine parkı ile Avrupa'nın en büyük iplik üretim kapasitesine sahiptir.

Türkiye'de üretilen başlıca elyaf ve iplik çeşitleri pamuk, polyester, akrilik ve polipropilendir. Pamuk, ipek ve yün ipliği üretim kapasitesi 958 bin ton, suni ve sentetik iplik üretim kapasitesi ise yaklaşık 1,43 milyon tondur.

Türkiye'de pamuklu dokuma sektörü oldukça yeni bir makine parkına sahiptir. 2013 yılı Eylül ayı itibariyle dokuma kumaş üretim kapasitesi 1,56 milyar metrekaaredir. Örne kumaş sektörünün kurulu kapasitenin 1,2-1,5 milyon ton seviyesinde olduğu öngörülmektedir. Sektörün 2012 yılı itibariyle toplam üretimi 650-700 bin ton seviyesindedir.

962 bin ton ile Avrupa'nın en büyük kapasitesine sahip Türk tekstil terbiye sanayi özellikle orta kaliteye sahip ürünlerin üretiminde çok geniş bir tecrübeye sahip bulunmaktadır.

Türkiye'de ev tekstili sektörü üretim kapasitesi, üretim ve ihracat olarak özellikle 2000'li yılların başından itibaren önemli bir gelişme sürecine girmiş ve tekstil sektörünün en önemli ve rekabetçi alt sektörlerinden biri haline gelmiştir. Ev tekstili üretim kapasitesi ve üretimi ihracat odaklı genişlemekte ve artmaktadır. Ev tekstili üretim değeri 2012 yılında 13,84 milyar TL ve satışlar ise 13,35 milyar TL olmuştur.

Türkiye'de teknik tekstil sektörü son yıllarda gelişme sürecine girmeye başlamıştır. Keçe ve dokusuz yüzeyler alanında son yıllarda yapılan yatırımlarla yeterli üretim kapasitesine sahip olunmuştur. Özellikle son iki yılda büyük miktarda keçe ve dokusuz yüzey makinesi yatırımı yapılmıştır.

Türkiye'de üretim kalitesi ve ürün çeşitliliği itibariyle gelişmiş bir tekstil ve hazır giyim konfeksiyon yan sanayi sektörü bulunmaktadır. Tekstil ve konfeksiyon yan sanayi her türlü nitelikte, çeşitte ve kalitede aksesuar ve yan sanayi girdisi üretebilmekte ve tekstil-hazır giyim sanayinin ihtiyaçlarının çok büyük kısmını yurtiçinde karşılayabilmektedir.

Türkiye'de halı sektörü geleneksel üretimine ilave olarak özellikle son on yılda makine halısı üretiminde önemli ilerleme sağlamıştır. Halı sektörünün 2012 yılı itibariyle üretim kapasitesi 400 milyon m²'ye ulaşmıştır. Türkiye halı sektörü bu üretim kapasitesi ile dünyada toplam yüzde 11 üretim payına sahip bulunmaktadır.

DÜNYA TEKSTİL SANAYİ VE TÜRKİYE'NİN KONUMU

Dünya tekstil sanayinde üretim ve üretici ülkeler dünya ticaretindeki gelişmeler ile birlikte önemli ölçüde bir dönüşüm içine girmiştir. Dünya Ticaret Örgütü tarafından 1995 yılında imzalanan ve 2005 sonrası tekstil ve hazır giyim ticaretinin tamamen liberalleşmesini öngören Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşmasını takiben Çin'in 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütüne üye olarak bu anlaşmaya taraf olması dünya tekstil sektöründe yeni bir dönem başlatmıştır.

Bu yeni dönemde Çin küresel üretim merkezi haline dönüşmüştür. Yine Çin, ithalatçı ve yatırımcı kimliğini bu dönemde kazanmaya başlamıştır. Gelişen ülkeler içinde Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve Endonezya gibi ülkeler gerek üretim maliyetlerinin düşük olmasının etkisiyle, gerekse önemli ithalatçı ülkelerle imzaladığı tercihli ticaret anlaşmaları ve düzenlemeleri vasıtasıyla önemli üreticiler ve ihracatçılar haline gelmişlerdir. Hindistan sektörde en büyük ikinci üretici olmuştur.

Bu sektörde dünyanın ikinci büyük üreticisi AB ülkeleri ise hem üretimlerini sürdürmekte hem de Çin, Türkiye, Bangladeş, Hindistan gibi üretici ülkelere üretim yaptırarak en büyük alıcı konumlarına devam etmektedirler.

Güney Kore, Tayvan, Japonya ve ABD gibi gelişmiş ülkeler ise teknik tekstil üretimleri ve ihracatları ile sektördeki önemli varlıklarını teknoloji ve yüksek katma değerli üretim odaklı olarak sürdürmektedirler.

Tekstil sektöründe özellikle AB ve ABD gibi büyük pazarlara ve kumaş tedarik eden hazır giyim sektörlerinin üretimini yaptığı ülkelere yakın olan Mısır, Fas, Tunus, Romanya, Bulgaristan, Sri Lanka, Kamboçya gibi ülkeler de üretici ülkeler olarak yer almaktadırlar.

Dünya tekstil imalatı sanayi ihracatı 2011 yılında 295,7 milyar dolara yükselmiştir. Ancak 2012 yılında yüzde 4 gerileyerek 284 milyar dolara olarak gerçekleşmiştir. Tekstil imalatı sanayi ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı ise 2005 yılından bu yana gerileyerek yüzde 2,03'ten 2012 yılında yüzde 1,59'a düşmüştür.

Tekstil imalatı sanayi ihracatının alt sektörler itibarıyla dağılımı değerlendirildiğinde ise 2012 yılı itibarıyla en yüksek ihracat 54 milyar dolar ile tekstil ipliklerinde gerçekleşmiştir. Teknik tekstillerin yer aldığı özel iplikler ve dokunmamış mensucat ihracatı ise 46 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır.

Dünya tekstil ihracatında 2012 yılında Çin 95,45 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. Hindistan 15,27 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Almanya 13,88, ABD 13,46 ve İtalya 13,16 milyar dolar ile bu iki ülkeyi izlemektedir. Güney Kore teknik tekstil ağırlıklı ihracatı ile altıncı sıradadır. Türkiye ise yedinci sırada yer almaktadır.

Dünya tekstil ithalatında ilk sırayı 25,96 milyar dolar ile ABD almaktadır. Çin ikinci, Almanya ise üçüncü büyük ithalatçıdır.

Türkiye tekstil imalatı sanayinde alt sektörler itibarıyla Avrupa ve Dünya'da üretim ve ihracat alanında önemli büyüklüklere ve sıralamalara sahip bulunmaktadır.

Türkiye üretim itibarıyla değerlendirildiğinde iplik üretiminde Avrupa'da birinci, Dünyada üçüncü sırada yer almaktadır. Kısa elyaf ring ipliği üretiminde Avrupa'da ikinci Dünyada beşinci sırada bulunmaktadır. Open end iplikte Avrupa'da birinci, dünyada ikinci sırada yer almaktadır. Dokuma kumaş sektöründe Avrupa'da ikinci, Dünya'da ise beşinci üreticidir. Örme kumaş sektöründe Avrupa'nın en büyük, Dünya'da Çin'den sonra ikinci üreticidir. Tekstil terbiye alt sektöründe Türkiye Avrupa'nın

en büyük, Dünyanın Çin ve Hindistan'dan sonra üçüncü büyük üretim kapasitesine sahiptir. Ev tekstilinde Avrupa'nın en büyük, Dünyanın dördüncü büyük üreticisidir. Halı'da ise Avrupa'nın ikinci, dünyanın üçüncü büyük üreticisi konumunda bulunmaktadır.

Türkiye tekstil ihracatında 2012 yılında 11,09 milyar dolar ile dünya tekstil ihracatı içinde yüzde 3,9 pay alırken, ihracatta yedinci sırada yer almaktadır. Türk tekstil ihracatı dünya tekstil ihracatı içindeki payını sınırlı ölçüde ancak kademeli olarak artırmayı başarmaktadır. 2005 yılından bu yana dünya ihracatı içindeki payını 0,57 puan yükseltmiştir. Alt sektörlerin dünya ihracatı içindeki payları değerlendirildiğinde halılar ve diğer yer kaplamaları yüzde 12,62'ye ulaşan payı ile ilk sırada yer almaktadır.

TEKSTİL İMALATI SANAYİNDE TEMEL REKABET UNSURLARI VE GELİŞMELER

Tekstil imalatı sanayinde temel rekabet unsurları, değer zinciri başlıkları altında belirlenmektedir. Hammadde ve girdi tedariki, üretim, teknoloji faaliyetleri, pazarlama-satış, finansman-mali yapı ve insan kaynakları ile piyasa ve sektör koşulları değer zincirinin halkalarını oluşturmaktadır.

Türkiye coğrafi olarak pamuk yetiştirmeye çok elverişli bir ülke olmasına rağmen pamuk üretimi önemli ölçüde azalmış, pamukta dışa bağımlı hale gelmiş ve üretilen pamuğun toplanma ve işlemeye götürülme aşamasında kalitesi düşmüştür. Tekstil sektöründeki önemli rakiplerimiz Çin, Hindistan ve Pakistan kendine yeter ölçüde pamuk üretimi gerçekleştirmektedir. Yine önemli bir girdi olan suni ve sentetik elyaf üretiminde de dış rekabetin yarattığı baskı nedeniyle önemli bir üretim kapasitesi kaybı olmuştur. Asya ülkeleri bu alanda düşük üretim maliyetleri avantajlı ara girdi kullanımı avantajına sahip bulunmaktadır.

Tekstil sektörü sermaye yoğun bir sektör olmakla birlikte işgücü ve enerji maliyetleri uluslararası rekabette belirleyici olmaya devam etmektedir. Rakip ülkeler ile karşılaştırıldığında Türkiye'de işgücü maliyetleri çok yüksek kalmaktadır. Enerji maliyetlerinin karşılaştırılmasında ise Türkiye, Hindistan, Pakistan ve Çin ile hemen hemen aynı seviyelerde enerji maliyetlerine sahipken, Mısır, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'e göre daha yüksek enerji maliyetlerine sahip bulunmaktadır.

Sürdürülebilir yeşil üretim bir diğer önemli rekabet unsuru haline gelmektedir. Türkiye AB normlarında üretim yaparak bu alanda avantajlı olmakla birlikte özellikle Asya ülkelerine göre ilave maliyetler yüklenmek durumunda kalmaktadır. Ürün standartları

alanında Türkiye henüz standart koyucu değildir ve bu nedenle konulan standartlara uyum sağlamak durumunda kalmaktadır. Türkiye çok önemli bir tekstil üreticisi olmakla birlikte üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır. Türk tekstil sektörünün rekabette avantajlı olduğu alanlardan biri de üretimdeki ileri yatay ve dikey entegrasyon seviyesidir.

Tekstil sektöründe araştırma ve geliştirme faaliyetleri henüz yeterli ve ihtiyaç duyulan seviyeye ulaşmamıştır. Buna karşın sektörde tasarım, koleksiyon ve moda kapasitesi her aşamada hızla gelişmektedir. Türk tekstil sektörü Asyalı ve diğer düşük maliyetli üretim ve fiyat avantajına sahip rakipleri karşısında tasarım ve koleksiyon odaklı, daha yüksek katma değerli ürünler üreterek rekabet edebilmektedir.

Yurtdışında aktif pazarlama henüz istenilen seviyeye ulaşmamıştır. Markalaşma ise sektörün son yıllarda ağırlık vermeye başladığı bir alandır. Kumaş, ev tekstili, yan sanayi ve halıda Türk markaları yerel ve bölgesel niteliklerini güçlendirmektedir.

Türkiye bununla birlikte kaliteli, esnek ve giderek artan yüksek katma değerli ürünleri üretmekte olup bunları temsil eden "Made in Türkiye" etiketi ile de rekabet avantajı sağlamaktadır.

Türkiye'nin bir diğer avantajı Avrupa pazarları ile etrafındaki 2-3 saat uçuş mesafesindeki pazarlara olan yakınlığı ve bu pazarlara yönelik olarak sahip olduğu lojistik olanaklardır.

Türk tekstil sektöründe karlılık önemli bir sorundur. Uluslararası rekabette bir yandan fiyat baskısı diğer yandan maliyetlerde yaşanan artışlar sanayi karlılığını düşürmektedir.

Sektörde uzun yılların birikimi ile önemli ölçüde nitelikli yetişmiş işgücü bulunmaktadır. Ancak sektör yeni işe alımlarda eski cazibesini kaybetmekte olup, nitelikli işgücü istihdamında zorlanmaktadır. Ayrıca sektörün değişen rekabet dinamikleri içinde ihtiyaç duyulan yeni nesil insan kaynakları sıkıntısı da yaşanmaktadır.

Tekstil sektöründe ithalat ve iç piyasa gözetimi önemli bir sorundur. Standart dışı, kalitesiz, ucuz-dampingle, insan sağlığına zararlı ürünler ithal edilebilmekte, bunlar yurtiçine girebilmektedir. Ayrıca yurtiçinde kayıt dışı üretilen ürünler de haksız rekabet yaratmaktadır.

Standart ve laboratuvar altyapısı da istenilen seviyede değildir. Çok sayıda standarda bağlı olarak test, ölçme ve kalibrasyon işleri çoğunlukla yurtdışı laboratuvarlarda yapılmakta ve bu alanda dışa bağımlılık hem esnekliği ve hızlı hareket etmeyi engellemekte hem de ilave maliyet yaratmaktadır.

TEKSTİL İMALATI SANAYİNİN SWOT ANALİZİ VE DEĞERLENDİRMELER

Türk tekstil imalat sanayinin SWOT analizi kapsamında sanayinin mevcut güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya bulunulan tehditler ve fırsatlar tespit edilmekte ve değerlendirilmektedir. SWOT analizi değerlendirmeleri sanayinin değer zinciri halkalarına yönelik tespitler olarak gruplandırılmakta ve sunulmaktadır.

Sektörün Güçlü Yönleri

Türkiye'nin coğrafik olarak pamuk yetiştirmeye elverişli bir ülke olması, Avrupa ülkelerine göre genç ve modern makine parkına sahip olunması, tüm alt sektörlerdeki mevcut üretim kapasitesi, çeşitliliği ve yeterliliği, her ürün grubunda hızlı, esnek, butik ve küçük parti üretim yeteneğinin kazanılmış olması, üretim alanında kazanılmış olan bilgi birikimi ve tecrübe, sektörde sağlanmış olan tam entegrasyon, üretimde yüksek kalite seviyesi, daha yüksek katma değerli üretim yapabilme ve bunlara ilave olarak son yıllarda trendlere uygun koleksiyon ve tasarım kapasitesine sahip olunmaya başlanması, hızlı yükleme ve tedarik yeteneğine sahip olunması, taşıma ve ulaştırma alanında yurtiçi ve yurtdışı lojistik olanakları, AB, Rusya, Ortadoğu, Afrika ve Orta Asya pazarlarına (azami 3-4 saat) yakınlık, uzun yılların yarattığı bilgi ve tecrübe birikimine sahip işgücü varlığı ve her kademedede yetişmiş insan gücü çalıştırılması.

Sektörün Zayıf Yönleri

Pamuk üretiminde yetersizlik ve kalitenin düşmesi ile artan dışa bağımlılık. Suni ve sentetik elyaf tedarikinde de yurtdışına bağımlılık ve yün kaynağının azalması. Yüksek üretim maliyetleri, şirketlerin kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri ürün geliştirme ve tasarım faaliyetlerinin doğrudan desteklenmemesi. Markalaşma için uygulanan Turquality ve Marka destek programı kapsamındaki uygulamaların bürokratik ve gecikmeli olması, teknik tekstil kullanma eğiliminin sınırlı kalması. Aktif pazarlama ve tanıtımın yeterince yapılmaması. Hedef pazarlara erişimi kolaylaştıracak yeterli serbest ticaret ve benzeri ticaret anlaşmalarının olmaması. Sanayi karlılığının düşük ve geriliyor olması. Sektörde çalıştırılacak (düz işçi) yeterli işgücü bulunamaması, buna ilave olarak yeterli yeni nesil insan kaynakları bulunamaması. Geniş bir yelpazeye yayılan devlet destekleri alanında bilgi ve uygulama dağınıklığı nedeniyle işletmelerin yeterince yararlanamaması. AB ile Gümrük Birliği'nin yarattığı sıkıntılar ile ithalatta ve iç piyasada yetersiz kamu gözetimi ve denetimi.

Sektörün Tehditleri

Yüksek üretim maliyetlerinin yol açtığı kayıt dışılık ve buna bağlı olarak oluşan kayıt içi-kayıt dışı arası haksız rekabet ortamı, İstanbul'daki üretim tesislerinin yeni şehir planına göre mekansal olarak yeniden yapılanma zorunluluğu, bölgeler arasında uygulanan farklı teşvik uygulamaları ile bölgeler arasında farklı üretim maliyeti yapılarının oluşması. Sektördeki üreticilerin sektörde kalma isteğinin zayıflaması ve sektöre yeni girişlerin sınırlı kalması. Bunlara ilave olarak sanayideki yeni yatırımlar için desteklerin sadece 5. ve 6. Bölge illeri ile sınırlanması ve bu illerde sanayi kültürü, yetişmiş işgücü ve altyapının yetersiz olması. Sektörde uygulanan farklı KDV oranlarının yarattığı (yüzde 8 ve 18) ilave mali yükler ile yüksek finansman maliyetleri. Yeterli ARGE harcamalarının yapılmaması ile sanayinin daha yüksek katma değerli üretim yaparak rekabet gücünün arttırmasına olanak sağlayacak markalaşma sürecinin yavaş gelişmesi, markalaşma eğiliminin sınırlı kalması. Avrupa Birliği'nin üçüncü ülkeler ile yaptığı yeni nesil serbest ticaret anlaşmalarının yarattığı sıkıntılar. Alternatif ve potansiyel pazarlar olarak görülen bölge ve çevre ülkelerindeki siyasi belirsizlikler ve buna bağlı ortaya çıkan pazar riskleri. Uluslararası pazarlarda standartların giderek bir teknik engel haline gelmesi ve her ülkenin ayrı standart talep etmeye başlaması. Kamuoyunda sektörün geleceğine ilişkin oluşan olumsuz algı nedeniyle sektörün işgücü için cazibesinin azalması ve nitelikli işgücünün istihdam edilememesi. Sektörün ihtiyaç duyduğu ve çeşitlenen yeni nesil yetişmiş işgücünü yeterince bulamaması. İthalat ve iç piyasa denetimindeki yetersizlik nedeniyle ülkeye giren ve haksız rekabet yaratan ucuz, kalitesiz ve standart dışı ürünler. Kamuoyunda sektörün geleceğine ilişkin olumsuz algılama.

Sektörün Fırsatları

Uluslararası alanda “code of conduct” olarak nitelendirilen kalite ve standart koşullarının önemli bir bölümüne sahip olunması. Çok sayıda üretici ve ihracatçı firmanın bu koşulları karşılaması ve Türkiye'nin rakip ülkeler ile karşılaştırıldığında bu konuda çok ileri olması. Hızlı büyüyen iç pazar, iç pazarda kalite, marka ve modern perakende algısının yükselmesi ve buna bağlı olarak genişleyen talep. Çevre ve bölge ülkelerinde artan Türkiye ve Türk malı popülaritesi. Çevre ve bölge ülkelerinin hazır giyim tüketimleri ve ihtiyaçları artarken bu ülkelerin ara girdi (iplik/kumaş, yan sanayi vb) ihtiyaçlarını kendi içlerinden karşılama olanağının sınırlı kalması. Mevcut gelişmiş pazarlarda Türk markaları ile genişleme olanağı ile özellikle Avrupalı markaların satın alınması ve Avrupalı üreticiler ile işbirlikleri ve ortaklık fırsatları. Türkiye'nin bölgesel bir alışveriş

merkezi haline dönüşmesi ve bu fırsata da bağlı olarak bölgesel moda merkezi olunması, moda etkinlikleri ve bölgesel moda eğilimlerinde belirleyici olma. Çin'de üretim maliyetlerinin artmaya başlaması. Avrupalı marka ve alıcıların küçük, sık ve hızlı parti ürün talebinin giderek artması ile Avrupalı alıcıların belirli fiyat marjları ile Türkiye'den daha kaliteli mal alma eğiliminin sürmesi.

SEKTÖR STRATEJİLERİ VE POLİTİKALAR

Tekstil imalatı sanayi için strateji ve politikalar başlığı altında öncelikle sektörün değer zincirini temel alan 15 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 1, üretim için 4, teknoloji faaliyetleri için 2, pazarlama ve satış için 3, insan kaynakları için 1, piyasa ve sektör koşulları için 4 stratejik hedef belirlenmiştir. Bunlar;

1. Yerli hammadde kaynaklarının desteklenmesi ve ithal bağımlılığının azaltılması
2. Üretim maliyetlerinin iyileştirilmesi ve mevcut işletmelerin üretim maliyetlerinin azaltılması
3. Yatırım teşviklerinde iyileştirmeler yapılması
4. İstanbul'da sanayinin mekansal yeniden yapılanması aşamasında kümelenmenin korunması ile uygun seçenek ve koşulların sağlanması
5. Kümelenmeye yönelik mevzuatın hazırlanması ve uygulanması
6. Şirketlerin tasarım ürün geliştirme ve markalaşma kapasitelerinin güçlendirilmesi ve desteklenmesi
7. ARGE faaliyetlerinin genişletilmesi, 5746 sayılı ARGE desteklerinin kullanma koşullarının iyileştirilmesi
8. 2023 yılında 20 milyar dolar ihracat yapılması
9. Avrupa Birliği ile bölge ve çevre ülkelere ihracatın tedarikçi niteliği ve markalar ile arttırılması ve bu amaçla desteklerin geliştirilmesi
10. Bölgesel moda ve alışveriş merkezi niteliğinin güçlendirilmesi
11. Sektör için nitelikli ve yeni nesil işgücü yetiştirilmesi ve sektörde istihdamın özendirilmesi
12. Kamuoyu nezdindeki algının iyileştirilmesi
13. İthalatta ve iç piyasada gözetimin artırılması ve etkinleştirilmesi
14. Standart, test, ölçüm ve akreditasyon kapasitesinin ve kalitesinin geliştirilmesi
15. Devlet desteklerinde ve uygulamalarda iyileştirmeler yapılması

FİRMALARA ÖNERİLER

Tekstil imalatı sanayinde faaliyet gösteren şirketler yeni rekabet koşullarına uyum sağlamak ve rekabet güçlerini koruyarak artırmak için kendi içlerinde de dönüşüm sağlamalı ve bu amaçla dönüşüm stratejileri uygulamalıdır. Şirketlerin uygulayacakları dönüşüm stratejileri dört alandan oluşmaktadır. Bunlar sırası ile Üretim, Tasarım, Pazarlama ve Markalaşma alanlarıdır.

1. Üretim
 - a. Esnek ve Küçük Parti Üretim Modellerinin Uygulanması ve Dönüşüm
 - b. Yalın Üretim Modellerinin Uygulanması
 - c. Üretimde Yenilikçilik ve Yaratıcılık Yaklaşımının Benimsenmesi
 - d. İleri Üretim Teknolojisi Kullanımı
 - e. Ürün Standartlarına Uyum
 - f. Kalite Standartlarına Uyum
2. Tasarım
 - a. Tasarım Kapasitesi Kurulması İhtiyacı
 - b. Tasarım Kapasitesinin Planlanması ve Yönetimi
 - c. Tasarım Kapasitesinin Oluşturulması
 - d. Tasarımların Ticarileştirilmesi
3. Pazarlama
 - a. Alıcıların ve Müşterinin Bulunduğu Noktada Pazarlama ve Doğrudan Satış
 - b. Yeni Pazarlama Yönetimi ve Pazarlama Takımları Kurulması
 - c. Aktif Pazarlama Alt Yapısının Kurulması
 - d. Yeni Pazarlama Kanalları Kurulması
 - e. İşletme Kapasitesinin Arttırılması
4. Markalaşma
 - a. İşletmelerde Anlayış Değişimi ve Uzun Vadeli Stratejik Planlama Yapılması
 - b. Markalaşma ve Markanın Konumlandırılması
 - c. Marka Kimliğinin Belirlenmesi ve Yönetimi
 - d. Markalaşma ile Yeni Satış Kanallarının Seçimi ve Yönetimi

DEFINITION AND EXTENT OF THE MANUFACTURING INDUSTRY OF TEXTILE

Manufacturing industry of textile has converted the traditional production that started in the early periods of history to mass production with the industrial revolution and become an indispensable branch of industry in industrialisation stages of countries. Today, it remains an important branch of industry for all countries with the support of technological developments and diverse and functional products.

The manufacturing industry of textile is in the 13. group in NACE.2 sector categorisations. This section covers the preparation of textile fibre including the weaving of the textile and twisting; finishing textile and clothing goods, dyeing etc. and manufacturing of textile products (excluding the manufacture of clothing goods).

DEVELOPMENT OF THE SECTOR AND MAIN INDICATORS

Number of enterprises, which was 19.726 in 2004, increased to 23.012 in 2011. Number of waged workers increased by 2,6 percent in the same period and reached to 342.474 in 2011. Nominal production value was 31,65 billion TL in 2004 and increased to 59,76 billion TL in 2011. Value added created by the manufacturing industry of textile was 7,8 billion TL in 2004 while increasing to 11,81 billion TL in 2011 with nominal values. The manufacturing industry of textile has been making substantial investments for years. A total of 5,23 billion TL was made in 2011.

The highest share in the number of enterprises in the manufacturing industry of textile belongs to the sub-sector of home textile with 38,3 percent. The sub-sector of preparation and twisting of textile fibre has the biggest share of production value with 27,8 percent. The highest value added in the manufacturing industry of textile is created by the sub-sector of knitting with 27,3 percent. The highest investment in the manufacturing industry of textile is made by the sub-sector of knitting with 30,3 percent.

The general share of the manufacturing industry of textile in the general manufacturing industry in terms of investment has remained nearly the same in the period of 2004-2011. Its share in the employment has declined from 16,0 percent in 2004 to 12,0 percent in 2011. Its share in production,

which was 11,09 percent in 2004 has declined to 8,58 in 2011. Its share in the yielded value added was 11,67 percent in 2004 while decreasing to 9,16 percent in 2011. Its share in investments in 2011 has been 10,58 percent.

Production in the manufacturing industry of textile decreased by 8 percent between 2005-2012. Thus, it fell behind the average growth of the manufacturing industry of textile, which grew 27,3 percent in the same period.

Export of the manufacturing industry of textile was 7,08 billion dollars in 2005 while increasing to 11,09 billion dollars in 2012. The share of the export of manufacturing industry of textile in the overall export of Turkey has declined from 9,6 percent to 8,1 percent. Import of textile, 4,44 billion dollars in 2005, increased to 6,59 billion dollars in 2012 while its share in the overall import decreased from 3,8 percent to 2,8 percent.

The highest share of import among the sub-sectors under the manufacturing industry of textile belongs to rugs and other floor coverings. Export of rugs and floor coverings was 2,0 billion dollars in 2012. The second highest export belongs to the category of other readymade goods and sets made of materials convenient to knitting, primarily being home textile. The export of this sub-group was 1,90 billion dollars in 2012. Export of textile threads was 1,67 billion dollars, export of synthetic and artificial filaments was 1,59 billion dollars, export of knit fabric was 1,45 billion dollars and export of cotton weaving was 1,15 billion dollars.

Quantity in the export of manufacturing industry of textile and average unit values of export goods increased in 2003-2012. Unit value in export increased 44 percent in dollar between 2003-2012. The export amount increased 47 percent between 2003-2012.

Export markets in the Turkish manufacturing industry of textile are quite diverse. The most important market of the sector is the EU countries, while Russia has become the largest market as of 2012 with its recent development. Among the EU countries; Germany, Italy, England, France and Holland remain traditional and important markets. The USA is the fourth biggest market of the sector. Saudi Arabia, Iraq and Egypt are important markets in the Gulf, Middle East and Northern Africa. Romania, Poland, Bulgaria and Ukraine also constitute the developing and potential market of Turkish textile sector for both intermediate inputs that they use in the production and final products like home textile.

Net foreign exchange earning of the manufacturing industry of textile, calculated with the gap between export and import of final products has been 4,49 billion dollars in 2012.

As of 2011, number of employees for research and development activities in the manufacturing industry of textile was 947. Expenditures for research and development activities increased for years and calculated as 80 million TL in 2011.

Trademark registers in the manufacturing industry of textile has been substantially increasing for years. 546 local trademark registers were made in 2000 while this number increased to 3,971 in 2012. The sub-sector where the highest number of trademarks have been registered is the fabric and home textile subsector.

Within the frame of Code about the Promotion of R&D Activities numbered 5746, there is an R&D Centre under the body of 8 companies to benefit from R&D activities by employing at least 50 employees in the manufacturing industry of textile.

Turkish manufacturing industry of textile started export-based production especially after 1980 and rose to an important position thanks to close cooperation with the EU. Custom union completed with the EU accelerated the development of the sector. Turkish manufacturing industry of textile is among the most competitive sectors in the world thanks to factors like its compliance with technical regulations and standards brought by the customs union, closeness to big markets primarily being the EU, source of qualified personnel and strong supply chain. The sector reinforces this strength with capabilities of flexible production, product development, innovativeness, design and branding.

Turkish thread industry has the largest thread production capacity in Europe with 7,5 million spindles, more than 600 thousand rotors and young machinery.

Main varieties of fibre and thread produced in Turkey are cotton, polyester, acrylic and polypropylene. Production capacity of cotton, silk and wool thread is 958 thousand tonnes; of artificial and synthetic thread is 1,43 million tonnes.

Cotton weaving sector in Turkey has a fairly new machinery. As of September 2013, production capacity of textile fabric is 1,56 billion square meters. Established capacity of the knit fabric sector is envisaged to be in the level of 1,2-1,5 million tonnes. As of 2012, total production of the sector is approximately 650-700 thousand tonnes.

Having the largest capacity in Europe with 962 thousand tonnes, Turkish textile finish industry has a wide experience in the production of especially medium-quality products.

Turkish home textile sector has entered an important development process especially since the 2000s in terms of production capacity, production and export and has become one of the most important and competitive sub-sectors of the textile sector. Production capacity and production of home textile sector is enlarging and increasing in an export-oriented way. Production value of home textile has been 13,84 billion TL and sales has reached to 13,35 billion TL in 2012.

Technical textile sector in Turkey has entered a development process in the recent years. Sufficient production capacity has been achieved with investments made in the areas of felt and nonwoven surfaces in the recent years. Especially in the last two years, a substantial investment is made in felt and unwoven fabric surface machinery.

There is a developed textile and readymade clothing side-industry in terms of product quality and diversity. Side industry of textile and ready made garment is able to produce side-industry input and accessories in any kinds, quality and characteristics; and to meet the principal part of the needs of textile-readymade garment industry nationally.

In addition to traditional production, rugs sector in Turkey has improved especially in also machine-woven rugs. As of 2012, the production capacity of rugs sector has reached to 400 million m². Turkish rugs sector has a 11 percent share in the total production with this capacity.

WORLD TEXTILE INDUSTRY AND THE POSITION OF TURKEY

Production and manufacturer countries in the world has entered a transformation process substantially with developments in the world trade. Following the Agreement on Textile and Clothing that was signed in 1995 by World Trade Organisation, which envisages the overall liberalisation of textile and ready-made garment trade, the fact that China has been a party by signing the agreement has started a new era in the world textile sector.

In this new era, China has converted to a global production centre. China started to gain its importer and investor identity in this era. Among the developing countries; India, Pakistan, Bangladesh and Indonesia have become substantial manufacturers and exporters through lower production costs, optional trade agreements and

regulations signed with prominent importer countries. India has become the second biggest manufacturer.

Second biggest manufacturer in this sector, the EU countries both continue their investments and remain the biggest purchasers by making manufacturer countries like China, Turkey, Bangladesh and India manufacture products.

Developed countries like South Korea, Taiwan, Japan and the USA maintain their substantial existence by focusing on technology and production with high value added with their technical textile production and exports.

Countries like Egypt, Morocco, Tunisia, Romania, Bulgaria, Sri Lanka and Cambodia, which are close to large markets like the EU and the USA and countries where fabric supplier ready-made sectors are produced, stand among the manufacturer countries.

Export of world manufacturing industry of textile reached to 295,7 billion dollars in 2011. However, this figure declined by 4 percent in 2012 and was calculated to be 284 billion dollars. Share of the manufacturing industry of textile in the overall export in the world has declined since 2005 from 2,03 percent to 1,59 in 2012.

When distribution of the export of manufacturing industry of textile in terms of sub-sectors, the highest rate of export as of 2012 has been realised by textile threads with 54 billion dollars. Export of special threads and nonwoven hosiery that involves technical textiles ranks the second with 46 billion dollars.

In 2012, China has made the largest export in world textile export with 95,45 billion dollars. India is the second with 15,27 billion dollars. Following countries are Germany with 13,88, the USA with 13,46 and Italy with 13,16 billion dollars. South Korea is the sixth country in technical textile-based export. Turkey ranks the seventh.

The USA is the first in world textile import with 25,96 billion dollars. China is the second and Germany is the third biggest importer.

Turkey has significant scales and rankings in the areas of production and export in Europe and the world in terms of sub-sectors.

When Turkey is assessed in terms of production, it ranks the first in thread production in the Europe and the third in the world. It ranks the second in the production of short fibre ring thread in the Europe and the fifth in the world. It is the first in open end thread in Europe and second in the world.

It ranks the second in textile fabric in Europe and the fifth in the world. In the knit fabric sector, it is the biggest manufacturer in Europe and the

second manufacturer following China in the world. In the textile finishing sub-sector, Turkey has the largest production capacity in Europe and the third largest production capacity in the world following China and India. It is the biggest manufacturer in home textile in Europe and the fourth biggest in the world. In rugs sector, it is the second biggest manufacturer in Europe and the third in the world.

Turkey has a share of 3,9 percent in the world textile export with 11,09 billion dollars in 2012 and ranks the seventh in export. Turkish textile export has managed to increase its share in the world textile export limitedly but gradually. It has increased its share in the world export 0,57 points since 2005. When shares of sub-sectors in the world export, rugs and other floor covering has the first ranking with a share of 12,62 percent.

MAIN COMPETITIVE FACTORS AND DEVELOPMENTS IN THE MANUFACTURING INDUSTRY OF TEXTILE

Main competitive factors in the manufacturing industry of textile are identified under the headings of value chains. Ring of the value chain comprises of raw material and input supply, production, technological activities, marketing-sales, financing-financial structure, human resources and condition of the market and the sector.

Although Turkey is quite eligible to grow cotton in terms of geographical feature, the production of cotton has substantially diminished, foreign-dependency has emerged in cotton and the quality of the produced cotton during the picking and transportation for processing. Our important rivals in textile sector, namely China, India and Pakistan produce sufficient cotton for themselves. A substantial production capacity has been lost because of the pressure created by foreign competition in also artificial and synthetic fibre production as an important input. Asian countries have the advantage of lower production costs and advantageous intermediate input usage in this area.

Even though the textile sector is capital intensive sector, labour and energy costs remain determinant in the international competition. When rival countries are compared, labour costs in Turkey are very high.

When energy costs are compared; Turkey has nearly the same energy costs as India, Pakistan and China while it has higher energy costs compared to Egypt, Vietnam, Indonesia and Bangladesh.

Sustainable green production has become another important competitive factor. Turkey is advantageous in this area as it makes production in compliance

with the EU norms; however, it has to bear additional costs compared to especially Asian countries. Turkey has yet to be a standard-setter in product standards and thus it has to comply with the already set standards. Turkey is a very important textile manufacturer while being foreign dependent in the production technology. One of the areas where Turkish textile sector is advantageous is the level of vertical and horizontal integration in the production.

Research and development activities of the textile sector have not reached the sufficient and required level yet. However, design, collection and fashion capacity in the sector has been developing rapidly in all stages. Turkish textile sector has been able to compete with its Asian and other rivals that enjoy lower production costs and price advantage by manufacturing products with higher value added.

Active marketing in abroad has not reached the required level yet. Branding is an area where the sector has given weight in recent years. Turkish brands in fabric, home textile, side-industry and rugs have been reinforcing their native and local specialties.

In addition to this, Turkey manufactures high-quality, flexible and high value added products that are gradually increasing and has the competitive advantage with "Made in Turkey" label.

Another advantage of Turkey is its closeness to European markets and surrounding markets in the flight distance of 2-3 hours and logistical opportunities for these markets.

Profitability is an important problem in Turkish textile sector. Both price pressure and increases in the costs diminishes the industrial profitability in the international competition.

A substantial amount of qualified labour is ready in the sector with the experience of long years. However, the sector has been losing its former charm in the new recruitments and has troubles in the employment of qualified labour. Moreover, new generation human resources problems needed in the changing competitive dynamics are also present.

Audit of export and domestic market is an important problem. Non-standard, low quality, cheap- dumping, hazardous products on human health can be imported and these products can enter the country. Besides, off-the-record products produced in the country also create an unfair competition.

Standard and laboratory infrastructure is not at the required level. Dependent on many various standards, testing, measurement and calibration processes are carried out in mainly foreign laboratories and this foreign dependency both inhibits flexibility and rapid movement and creates additional costs.

SWOT ANALYSIS OF THE MANUFACTURING INDUSTRY OF TEXTILE AND EVALUATIONS

Within the frame of the SWOT analysis of the Turkish manufacturing industry of textile, current strong and weak sides of the industry, faced threats and opportunities are identified and evaluated. Evaluations of the SWOT analysis are grouped and presented as assessments about the rings of the value chains in the industry.

Strong Sides of the Sector

The fact that Turkey is eligible to grow cotton geographically, availability of younger and more modern machinery compared to European countries, current production capacity in all sub-sectors, diversity and sufficiency, that the ability of rapid, flexible, boutique and small parties of production has been achieved, knowledge and experience in production, total integration in the sector, high level of quality in production, production of products with higher value added, that collection and design capacity in line with trends in the recent years have been achieved, the ability to rapid loading and supply, domestic and foreign logistics opportunities in transportation and delivery, closeness to EU, Russian, Middle Eastern, African and Central Asian markets (maximum 3-4 hours), presence of experienced and knowledgeable labour force and the employment of qualified labour force in all stages.

Weak Sides of the Sector

Foreign dependency caused by insufficiency in the cotton production and decreased quality. Foreign dependency in also the artificial and synthetic fibre production and the decrease in the source of wool. High production costs, the fact that research and development activities that the companies realise in their bodies are not directly supported. That applications within the frame of Turquality and Brand support programs for branding are bureaucratic and delayed, the tendency to use technical textile remains limited. Insufficiency in active marketing and promotion. The absence of sufficient free trade agreements and similar trade agreements to facilitate the access to target markets. The fact that industrial profitability is low and decreasing. The lack of sufficient labour force (unskilled labourer) in the sector, additionally, the absence of sufficient new generation human resources. The fact that businesses cannot benefit from state supports in the wide range because of the disorganised information and application. Troubles caused by the Customs Union with the EU and insufficient public observation and audit in exports and domestic market.

Threats of the Sector

Informality created by the high production costs and corresponding unfair competition between formal and informal production, the necessity to restructure the production facilities in Istanbul locationally according to the new city plan, different incentive plans in various regions and different cost structures in different regions. That the motive of the manufacturers to remain in the sector has diminished and new enterprises in the sector have remained limited. Additionally, the fact that supports for the new investments in the industry have been limited to only the 5th and 6th regions and these provinces have insufficient industrial culture, qualified labour force and infrastructure. Financial burdens created by different VAT rates in the sector (8 and 18 percent) and high financing costs.

The fact that branding process, which will enable the industry to produce products with high value added and increase its competitive powers, develops slowly because of the lack of sufficient R&D expenditures, and that branding tendency remains limited.

Troubles caused by the new generation free trade agreements between the EU and third countries. Political uncertainties and corresponding markets risks in regions and surrounding countries which are regarded as alternative and potential markets. The fact that standards have been causing a technical obstruction in international markets gradually and each country has started to demand special standards. Because of the negative approach about the future of the sector in public opinion, the decrease in the attractiveness of the sector for the labour force and the inability to employ qualified labour force. That the sector cannot find the diversified, new generation, qualified labour force it needs. Because of the ineffectiveness in the audit of exports and domestic market, cheap, low quality and non-standard products that enter the country and create unfair competition. Negative perception about the future of the sector in the public opinion.

Opportunities in the Sector

Possession of a major part of quality and standard requirements, named as "code of conduct" in the international arena. The fact that many manufacturers and exporter companies meet these requirements and Turkey is much ahead when compared to rival countries. Rapidly-growing domestic market, quality in the domestic market, the rise of the awareness of brand and modern retail and correspondingly expanding demand. Popularity of Turkey and Turkish brand increasing in surrounding countries. The fact that these surrounding countries have limited ability to meet their needs of intermediate

input (thread/fabric, side industry etc.) while their ready-made garment consumptions and needs are increasing. Especially the purchase of European brands together with the opportunity to expand with Turkish brands in currently developed markets and opportunities of cooperation and partnership with European manufacturers. The fact that Turkey has converted to a local shopping mall and a local fashion centre accordingly, being determinant in fashion activities and trends. The fact that production costs have started to increase in China. The fact that demands of small, frequent and rapid parties of products by the European brands and purchasers have been increasing gradually and certain price margins of the European purchasers and the continuation of the trend to buy high quality products.

SECTOR STRATEGIES AND POLICIES

15 strategic targets have been identified based on primarily the value chain of the sector under the heading of strategies and policies of the manufacturing industry of textile. 1 for raw material and inputs, 4 for production, 2 for technological activities, 3 for marketing and sales, 1 for human resources, 4 for conditions of the market and sector, a total of 15 strategic targets have been defined. These are;

1. To support national raw material sources and diminish dependency on imports
2. To improve the production costs and decrease the production costs of current businesses
3. To improve investment promotions
4. To protect convergence in the stage of restructuring the industry in Istanbul in terms of location and provision of suitable options and conditions
5. To arrange and apply the regulation of convergence
6. To reinforce and support the development of design products and branding capacities of companies
7. To expand the R&D activities, to improve the conditions of using the R&D supports numbered 5746
8. To realise 20 billion dollars of export in 2023
9. To increase the export to the European Union and surrounding countries with the supplier title and brands and to enhance the support for that purpose

10. To strengthen the specialty of local fashion and shopping center
 11. To raise qualified and new generation labour force for the sector and promotion of the employment in the sector
 12. To modify the corresponding perception in the public opinion
 13. To increase and activate supervision in exports and domestic market
 14. To improve and enlarge the standard, testing, measurement and accreditation capacity
 15. To make modifications in state subsidies and applications
- c. Establishment of the Active Marketing Infrastructure
 - d. Establishment of New Marketing Channels
 - e. To Enhance the Business Capacity
4. Branding
 - a. To Change Perceptions in Businesses and to Make Long-Term Strategic Plans
 - b. Branding and Positioning the Brand
 - c. To Determine and Manage the Brand Identity
 - d. The Selection and Management of New Sales Channels

SUGGESTIONS FOR COMPANIES

Companies operating in the manufacturing industry of textile should transform in their own bodies and apply transformation strategies for that in order to adapt to new competitive conditions and increase their current competitive powers. Transformations strategies that companies will apply are made of four areas: These areas are respectively Production, Design, Marketing and Branding

1. Production
 - a. Application of Flexible and Small Parties of Production Models and Transformation
 - b. Application of Plain Production Models
 - c. Adoption of Innovativeness and Creativity in Production
 - d. The Use of Advance Production Technology
 - e. Compliance with Product Standards
 - f. Compliance with Quality Standards
2. Design
 - a. The Need for the Establishment of Design Capacity
 - b. Planning and Management of the Design Capacity
 - c. To form the Design Capacity
 - d. To Commercialise the Designs
3. Marketing
 - a. Marketing and Direct Sales on the Spot of Purchasers and Customers
 - b. Establishment of the New Marketing Management and Marketing Teams

1.1. TEKSTİL İMALATI SANAYİ

Tekstil imalat sanayi, tarihin ilk dönemlerinde başlayan geleneksel üretimini sanayi devrimi ile birlikte kitle üretimine çevirmiş ve ülkelerin sanayileşme evrelerinde vazgeçilmez bir sanayi dalı olmuştur. Günümüzde ise teknolojik gelişmelerin desteği ile çok çeşitli ve fonksiyonel ürünleri ile yine tüm ülkeler için önemli bir sanayi kolu olmayı sürdürmektedir.

Tekstil üretimi elyaf ve iplikten üretilen, genellikle esnek (bazı durumlarda esnek olmayabilen) malzemelerin üretimi ile bu malzemeleri şekillendirme ve mamul hale getirilmesini içermektedir. Tekstil üretimi alt sektörleri itibarıyla büyük ölçüde sermaye-yoğun bir sanayidir. Kimyasal (insan yapısı, sentetik ve suni) elyaf ve iplik çekimi dünyanın en sermaye yoğun sanayi sektörlerinden biri olup petro-kimya sanayi içinde yer alırken; iplik, dokuma, örme ve tekstil terbiye işletmeleri diğer sermaye-yoğun sanayi sektörünü oluşturmaktadırlar.

Tekstil imalatı sanayi elyaf (lif), iplik, dokuma ve örme kumaş, dokusuz yüzeyler, boya ve terbiye, ev tekstili, teknik tekstil ve halılar gibi çok geniş ve önemli üretim ve ürün yelpazesine sahip bulunmaktadır. Tekstil sanayinde üretilen elyaf, iplik ve kumaşlar ara girdi niteliğindeki ürünlerdir. Boya terbiye de üretimde ara bir süreçtir. Buna karşın ev tekstili, halı ve teknik tekstil ürünlerinin bir kısmı nihai ürün olarak kullanılmaktadır. Kumaşlar yine çok geniş bir sanayi kolunu oluşturan hazır giyim sektörünün en önemli girdisini oluşturmaktadır.

Tekstil imalatı sanayi üretimi günümüzde büyük ölçüde gelişen ülkelere kaymıştır. Sermaye yoğun bir sanayi olmasına rağmen gelişen ülkelerin üretim maliyetlerindeki göreceli üstünlükleri nedeniyle üretim daha çok gelişen ülkelerde yapılmaktadır. Gelişmiş ülkeler ise özellikle teknik tekstil ve katma değeri yüksek ürünlerin üretimini yapmaktadır.

Teknolojik gelişmeler tekstil sanayini de fazlasıyla etkilemektedir. Tekstil sanayinde rekabet gücünün önemli bir unsurunu teknoloji faaliyetleri sonucu üretilen daha yüksek katma değerli ve fonksiyonel ürünler oluşturmaktadır. Teknik tekstil ise tamamen teknoloji tabanlı bir üretim alanı olarak büyümektedir.

1.2. TEKSTİL İMALATI SANAYİNİN KAPSAMI

Tekstil imalatı sanayi NACE.2 sektör sınıflandırmaları içinde 13 no'lu grubu oluşturmaktadır. Bu sınıflandırma içinde tekstil imalatı sanayinin kapsamı aşağıda sunulmaktadır.

13 TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN İMALATI

Bu bölüm tekstilin dokunması da dahil tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi; tekstil ve giyim eşyalarının aprenmesi, boyanması vb. bitirme işlemleri ile tekstil ürünlerinin imalatını (ev tekstil ürünleri, battaniyeler, halılar, kilimler, kordon, halat, ip vb. kapsamaktadır (giyim eşyalarının imalatı hariç). Sentetik elyafın imalatı kimyasal bir işlem olduğundan sınıf 20.60 içerisinde sınıflandırılırken, lifli bitkilerin yetiştirilmesi (doğal elyaf) bölüm 01 içerisinde sınıflandırılmıştır. Giyim eşyalarının imalatı, bölüm 14 de sınıflandırılmıştır.

13.1 Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi

13.10 Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi

13.2 Dokuma

13.20 Dokuma

13.3 Tekstil ürünlerinin bitirilmesi

13.30 Tekstil ürünlerinin bitirilmesi

13.9 Diğer tekstil ürünlerinin imalatı

13.91 Örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kumaşların imalatı

13.92 Giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı

13.93 Halı ve kilim imalatı

13.94 Halat, urgan, kınnap ve ağ imalatı

13.95 Dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı, giyim eşyası hariç

13.96 Diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı

13.99 Başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstillerin imalatı

TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN İMALATI SANAYİ

13.1 Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi

13.10 Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi

Bu sınıf, tekstil elyafının hazırlanma işlemlerini ve bükülmesini kapsamaktadır. Bu, ipek, yün, diğer hayvan ve bitki elyafı veya suni/sentetik elyaf, kağıt veya cam, vb. çeşitli ham maddelerden yapılabilir.

Bu sınıfın kapsamı; tekstil lifleri üzerinde yapılan hazırlayıcı faaliyetler; ipeğin sarılması ve yıkanması, yünlerin yağının giderilmesi ve karbonize edilmesi ve yün yapağının boyanması, her türlü hayvansal, bitkisel veya suni lifin ayıklanması ve taraklanması, ipliğin dokuma veya dikiş, ticaret ya da daha ileri işlemler için eğrilmesi ve imalatı, ketenin ditilmesi, sentetik veya suni filament ipliklerinin tekstüre edilmesi, bükülmesi, katlanması ve daldırılması. Ayrıca bu sınıf kağıt ipliğinin imalatını da kapsamaktadır;

Kapsam dışı olanlar; tarım veya çiftçilik ile bağlantılı olarak meydana getirilen hazırlık faaliyetleri, bkz. bölüm 01, bitkisel tekstil lifleri (jüt, keten, büyük Hindistan cevizi lifi vb.), taşıyan bitkilerin ıslatılıp yumuşatılması, bkz. 01.16, pamuk çırçırılama faaliyetleri, bkz. 01.63, sentetik veya yapay (suni) lifler ve filament demetleri imalatı, sentetik veya yapay (suni) liflerden tek katlı ipliklerin (yüksek mukavemetli iplikler ve halı iplikleri dahil) imalatı, bkz. 20.60, cam lifi imalatı, bkz. 23.14.

13.2 Dokuma

13.20 Dokuma

Bu grup tekstil ürünlerinin dokunmasını kapsamaktadır. Bu, ipek, yün, diğer hayvan, sebze veya suni veya sentetik lif, kağıt veya cam vb. gibi çeşitli ham maddelerden yapılabilmektedir. Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; pamuk tipi, yünlü tipi ve yün ve ipekli tipi geniş dokunmuş kumaşların imalatı, karışık, suni veya sentetik iplikler (polipropilen, vb.) dahil, keten, hasır, kenevir, jüt, teyel lifleri ve özel iplikler kullanılarak diğer geniş yünlü kumaşların imalatı.

Ayrıca bu sınıf şunları da kapsamaktadır; yün tüy veya ipek veya pamuktan yapılmış kordon (saçak) kumaşlarının, havlu, havluluk bez, tülbent vb. kumaşların imalatı, cam elyafından yün kumaş imalatı, karbon ve aramid ipliklerden dokumaların imalatı, dokuma yoluyla imitasyon kürk imalatı.

Kapsam dışı olanlar; örgü ve tığ işi kumaşların imalatı, bkz. 13.91, tekstil döşeme örtülerinin imalatı, bkz. 13.93, dokusuz kumaş imalatı, bkz. 13.95 dar dokunmuş kumaşların imalatı, bkz. 13.96, keçe imalatı, bkz. 13.99.

13.3 Tekstil ürünlerinin bitirilmesi

13.30 Tekstil ürünlerinin bitirilmesi

Bu grup, tekstil ürünlerinin ve giyilecek diğer kıyafetlerin tamamlama faaliyetlerini kapsamaktadır. Örneğin; ağartma, boyama, kaplama vb.

Bu sınıfın kapsamı; tekstil elyafının, ipliklerinin, kumaşlarının ve giyim eşyaları da dahil tekstil maddelerinin ağartılması ve boyanması, tekstil ürünlerinin ve giyim eşyaları da dahil tekstil maddelerinin kaplanması, kurutulması, buharlanması, daraltılması, yamalanması, sanforlanması, merserize edilmesi.

Ayrıca bu sınıf şunları da kapsamaktadır; kotların ağartılması, tekstiller üzerine plise ve benzer işler yapılması, satın alınan giysilerin su geçirmez hale getirilmesi, kaplanması veya emprenye edilmesi.

Kapsam dışı olanlar; kauçuk ana unsur olduğunda, kauçuk kullanarak yapılan, kaplanan, örtülen veya lamine edilen tekstil ürünlerinin imalatı, bkz. 22.19.

13.9 Diğer tekstil ürünlerinin imalatı

Bu grup, giyim eşyaları hariç, halı, kilim, ip, dar dokunmuş kumaşlar, saçaklar vb. ürünler gibi tekstilden üretilmiş ürünlerin imalatını kapsamaktadır.

13.91 Örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kumaşların imalatı

Bu sınıfın kapsamı; örgü ve tığ işi kumaşların imalatı ve işlenmesi; havlı ve havlu kumaşlar, yuvarlak örgü kumaşlar, Raschel veya benzeri makineler kullanılarak örülen tüller ve perdeler, diğer örgü (triko) ile veya tığ işi (kroşe) dokuma ürünleri.

Ayrıca bu sınıf şunları da kapsamaktadır; örme yoluyla imitasyon kürk imalatı.

Kapsam dışı olanlar; Raschel veya benzeri makineler kullanılarak örülen ağlar ve pencere mobilyası tipi dantelli dokumaların imalatı, bkz. 13.99, örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kıyafet imalatı, bkz. 14.39.

13.92 Giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı

Bu sınıfın kapsamı; örülmüş veya tığ işi kumaşlar da dahil herhangi tekstil maddesinden yapılmış eşyaların imalatı: seyahat örtüleri de dahil battaniyeler, yatak, masa, tuvalet veya mutfak havlusu, yorgan, çarşaf, minder, puf, yastık, uyku tulumu vb. Konfeksiyon mefruşat (döşeme) maddelerinin imalatı: perdeler, saçaklar, çekme perdeler, yatak örtüleri, mobilya veya makine örtüleri vb., bez astarlı muşambalar, tenteler, çadırlar, kamp malzemeleri, yelkenler, güneşlikler, araba kılıfları, makineler veya mobilyaları örtmede kullanılan örtüler vb., bayraklar, sancaklar, flamalar vb., toz

bezleri, bulaşık bezleri ve benzer maddeler, cankurtaran yelekleri, paraşütler vb.

Ayrıca bu sınıf şunları da kapsamaktadır; elektrikli battaniyelerin tekstil kısımlarının imalatı, elle dokunan resim dokumalı duvar örtüsü imalatı,

Kapsam dışı olanlar; teknik kullanım amacıyla tekstil maddeleri imalatı, bkz. 13.96.

13.93 Halı ve kilim imalatı

Bu sınıfın kapsamı; tekstil yer kaplamalarının imalatı: halılar, kilim ve hasırlar, yer döşemeleri.

Ayrıca bu sınıf şunları da kapsamaktadır; iğneli dokuma tezgahlarında dokunan keçe yer kaplamaları imalatı.

Kapsam dışı olanlar; hasır ve örgü malzemelerinden hasır örgüsü imalatı, bkz. 16.29, mantar yer kaplamaları imalatı, bkz. 16.29, vinil, muşamba gibi esnek yer kaplamalarının imalatı, bkz. 22.23.

13.94 Halat, urgan, kumnap ve ağ imalatı

Bu sınıfın kapsamı; kauçuk veya plastik ile emdirilmiş, kaplanmış, örtülmüş veya kılıflanmış olsun ya da olmasın tekstil elyafından veya şeritten ya da benzerlerinden kalın sicim, ip, halat ve kordon imalatı. Sicim, ip veya halattan örülmüş ağ imalatı, ip ve ağ ürünleri imalatı: balık ağı, gemi halatları, yük boşaltma ağıları, metal halkalarla donatılmış ip veya tekstille kaplanmış kablolar vb.

Kapsam dışı olanlar; saç filesi imalatı, bkz. 14.19, tel kablo (halat) imalatı, bkz. 25.93, balıkçılık sporu için gerekli olan, balık yakalamaya özgü ağ kepçeleri imalatı, bkz. 32.30.

13.95 Dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı, giyim eşyası hariç

Bu sınıf tekstillerle veya tekstil ürünleri imalatı ile ilgili olup 13 veya 14'üncü bölümlerde özel olarak belirtilmemiş olan ve çok büyük sayıda işlem gören ve çok çeşitli üretilmiş malları içeren tüm faaliyetleri kapsamaktadır.

13.96 Diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı

Bu sınıfın kapsamı; dar dokunan kumaşların imalatı, çözgütlü kumaşlar dahil, bir yapıştırıcı ile birleştirilmiş, örtülmüş kumaşlar hariç, etiket, rozet vb. imalatı, süsleme amaçlı aksesuar imalatı: kordonlar, kurdeleler, püsküller, ponponlar vb., plastik emdirilmiş kaplanmış, örtülmüş ya da preslenmiş kumaşlar imalatı, metalize iplik ya da metalize kalın ipliklerin, tekstil maddeleri ile kaplanmış kauçuk ipliklerin ve sicimlerin, kauçukla ya da plastikle kaplanmış, örtülmüş, emdirilmiş veya kalıplanmış

tekstil ipliklerinin veya şeritlerinin imalatı, yüksek mukavemetli suni veya sentetik ipliklerden lastik kord bezi imalatı, diğer işlem görmüş ya da kaplanmış diğer kumaşların imalatı: tela ve benzer sertleştirilmiş kumaşlar, zambak veya nişastalı maddelerle kaplanmış kumaşlar, çeşitli tekstil ürünleri imalatı: tekstil fitilleri, lüks lambası gömlekleri ile tüp şeklindeki gaz fitilleri, lüks lambası gömleklerinin kumaşları, tekstil malzemelerinden hortumlar, taşıma ve konveyör bantları veya kayışları (metal ile ya da diğer materyallerle güçlendirilmiş olsun ya da olmasın), elek bezi ve süzgeç bezi imalatı, otomobil süsleri imalatı, ressamların kullanımı için tuval ve çizim kumaşı imalatı.

Kapsam dışı olanlar; kauçuk ana unsur olduğu durumlarda kauçukla kaplanmış, emdirilmiş, kaplanmış ya da kılıflanmış dokumacılık kumaşlarından, ipliklerden ya da sicimlerden nakliyecilik ya da taşımacılık kuşaklarının imalatı, bkz. 22.19. Yalnızca güçlendirme amacıyla gözenekli kauçukların ya da plastiklerin tekstillerle birleştirilmesinden oluşan tabaka ve levhaların imalatı, bkz. 22.19, 22.21, dokunmuş metal tellerden kıyafet imalatı, bkz. 25.93.

13.99 Başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstillerin imalatı

Bu sınıfın kapsamı; keçe imalatı, tüller ve diğer ağ kumaşları imalatı ile parçalar, şeritler ya da motifler halinde dantel ve nakış imalatı, basınçlı hassas giysi dokumaları imalatı, tekstilden ayakkabı bağı imalatı, pudra ponponu ve parmaksız eldiven imalatı.

Kapsam dışı olanlar; iğneli dokuma tezgahında keçeden yer kaplaması imalatı, bkz. 13.93, tampon nevilerinin ve tampon parçalarının imalatı: pedler, adet bezleri, tamponlar vb., bkz. 17.22.

2.1. GENEL KAPSAM VE METODOLOJİ

Tekstil imalatı sanayinin gelişimi girişim sayısı, üretim, katma değer, yatırımlar, istihdam, verimlilik, dış ticaret, iç pazar, net döviz kazandırıcı faaliyetler ve teknoloji faaliyetleri gibi temel göstergeler kullanılarak değerlendirilmektedir. Bu temel göstergeler için başta Türkiye İstatistik Kurumu olmak üzere resmi kurumların istatistik verileri kullanılmaktadır.

Tekstil imalatı sanayinin girişim sayısı, üretim, katma değer ve yatırımlar ile istihdam göstergeleri için Türkiye İstatistik Kurumunun İş İstatistikleri verileri kullanılmaktadır. Bu göstergeler için NACE.2 sınıflandırmasında güncel veriler 2009, 2010 ve 2011 yıllarına ait bulunmaktadır. Geçmiş yıllar için ise NACE.1 sınıflandırmasında sektöri temsil eden veriler kullanılmaktadır.

İş İstatistikleri, 2002 yılından itibaren Avrupa Birliği'nin 20 Aralık 1996 tarihli 58/97 sayılı ile 11 Mart 2008 tarihli 295/2008 sayılı Konsey yönetmeliklerine dayanılarak üretilmektedir. TÜİK İş İstatistikleri 2003-2008 yılları için yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerindeki girişimlerin ekonomik faaliyetlerini Avrupa Topluğunda Ekonomik Faaliyetleri İstatistiki Sınıflaması NACE Rev.1'e göre, 2009 yılından itibaren de NACE Rev.2'ye göre sınıflandırmaktadır.

İş İstatistikleri hesaplama yöntemlerinde tamsayım sınırları olarak 20'den fazla çalışanı olan tüm girişimler ile sektörler düzeyinde NACE. Rev.2 sınıflarına göre 4'lü sınıf faaliyetleri belirlenmiş olup kullanılmaktadır.

Bu çerçevede öncelikle tekstil imalatı sanayinin girişim sayısı, istihdam, üretim değeri, katma değeri, yatırımlar ve istihdam göstergelerine ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır. Değerlendirmelerde Türkiye İstatistik Kurumu'nun İş İstatistikleri verileri kullanılmaktadır. İş İstatistiklerinde kullanılan tanım ve kavramlar şöyledir;

Girişim sayısı; sektörlerde faaliyet gösteren ve referans dönemde aktif olan tüm birimlerin sayısıdır.

Ücretli çalışan sayısı; ücretli çalışanların sayısı, maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişilerin sayısıdır.

Üretim değeri; satışa dayalı, stok değişimlerini ve mal ve hizmetlerin yeniden satışını içeren birim tarafından fiilen üretilen miktarın parasal değeridir.

Faktör maliyetiyle katma değer; işletme sübvansiyonları ve dolaylı vergilerdeki düzeltmelerden sonra, işletme faaliyetlerinden elde edilen gayri safi gelirdir.

Maddi mallara ilişkin brüt yatırım; referans dönemi süresince tüm maddi mallara yapılan yatırımdır.

2.2. TEMEL GÖSTERGELER

Tekstil imalatı sanayinde temel göstergeler 2004-2011 yılları arasındaki gelişmeler itibariyle sunulmaktadır. Buna göre tekstil imalatı sanayinde 2004 yılında 19.726 olan girişim sayısı 2011 yılında 23.012'ye yükselmiştir. Ücretli çalışan sayısı ise aynı dönemde yüzde 2,6 artarak 2011 yılında 342.474 olmuştur. Nominal üretimi değeri 2004 yılında 31,65 milyar TL iken 2011 yılında 59,76 milyar TL'ye çıkmıştır.

Tekstil imalatı sanayinin yarattığı katma değer ise nominal değerler ile 2004 yılında 7,8 milyar TL iken 2011 yılında 11,81 milyar TL olmuştur. Tekstil imalatı sanayi yıllar itibariyle önemli yatırım gerçekleştirmektedir. 2006, 14,97 milyar TL ile en yüksek yatırım yapılan yıl olmuştur. 2011 yılında 5,23 milyar TL tutarında yatırım yapılmıştır.

Yıllar	Girişim Sayısı (Adet)	Ücretli Çalışan Sayısı (Kişi)	Üretim Değeri (Milyon TL)	Katma Değer (Milyon TL)	Yatırımlar (Milyon TL)
2004	19.726	333.791	31.650	7.808	3.101
2005	21.050	337.872	31.039	6.213	2.912
2006	20.882	338.744	35.824	7.779	14.971
2007	18.614	334.971	37.602	7.295	3.719
2008	19.730	311.115	35.377	7.460	2.231
2009	18.147	265.957	32.211	7.217	2.354
2010	19.836	312.745	44.697	8.862	2.858
2011	23.012	342.474	59.763	11.813	5.231

Tablo 1 : Tekstil İmalatı Sanayinde Temel Göstergeler

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri

2.2.1. Girişim Sayısı

Tekstil imalatı sanayi on alt sektör grubundan oluşmaktadır. Bu on alt grup tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi, dokuma, tekstil ürünlerinin bitirilmesi ile diğer tekstil ürünlerinin imalatı altındaki 7 alt gruptur.

Tekstil imalatı sanayi için yukarıda yer verilen temel göstergeler bu on alt ürün grubu itibariyle aşağıda ayrıntılı olarak sunulmaktadır. TÜİK İş İstatistikleri

alt sektörler itibariyle ayrıntılı verilerini en son 2011 yılı için yayınlamış olup, bu nedenle sunumdaki veriler 2004-2011 yılları için yer almaktadır.

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	19.726	21.050	20.882	18.614	19.730	18.147	19.836	23.012
131	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	1.782	1.868	2.288	1.694	1.576	1.164	1.497	1.624
132	Dokuma	4.822	5.077	4.732	3.798	3.744	4.137	4.664	4.535
133	Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	1.621	1.764	1.792	2.244	2.665	2.183	2.282	2.840
139	Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	11.501	12.341	12.070	10.878	11.745	10.663	11.483	14.013
1391	Örgü (Triko) veya tığ İşi Kumaşların İmalatı	814	898	630	573	587	701	808	859
1392	Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (Ev Tekstili)	7.244	7.695	7.145	5.829	6.522	5.832	6.643	8.811
1393	Halı ve Kilim İmalatı	567	620	816	915	843	724	565	509
1394	Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	98	100	110	130	138	136	173	146
1395	Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	4	6	6	6	6	6	6	7
1396	Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	611	640	701	840	890	993	1.102	1.133
1399	Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	2.163	2.382	2.662	2.5895	2.759	2.271	2.186	2.548
D	İmalat Sanayi	281.029	302.459	309.841	316.596	321.652	320.815	299.928	333.288

Tablo 2 : Tekstil İmalatı Sanayi Girişim Sayısı (Adet)

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri

2.2.2. Üretim Değeri

Tekstil imalatı sanayinde üretim değerleri nominal olarak tüm alt ürün gruplarında yükselmiştir. En yüksek artış örgü veya triko ürünlerinin imalatı, tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi, dokuma,

halı ve kilim imalatı ile giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünleri (ev tekstili) imalatında gerçekleşmiştir.

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	31.650	31.039	35.824	37.602	35.377	32.211	44.697	59.763
131	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	9.531	9.102	10.660	11.192	9.492	7.959	12.698	16.593
132	Dokuma	8.874	7.967	9.345	9.184	7.942	7.616	10.027	13.976
133	Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	3.349	3.556	3.776	4.255	3.874	3.431	4.286	4.917
139	Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	9.886	10.414	12.043	12.971	14.069	13.206	17.686	24.277
1391	Örgü (Triko) veya tığ İşi Kumaşların İmalatı	1.802	2.124	2.415	2.550	3.164	3.049	4.372	5.814
1392	Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (Ev Tekstili)	5.041	4.502	4.987	5.449	6.207	5.297	6.409	8.962
1393	Halı ve Kilim İmalatı	1.165	1.570	1.913	2.084	2.103	2.052	3.014	4.279
1394	Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	62	55	71	74	74	79	99	156
1395	Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	47	61	93	113	133	152	260	400
1396	Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	1.059	1.237	1.540	1.651	1.448	1.546	2.238	3.040
1399	Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	720	865	1.024	1.050	940	1.031	1.294	1.625
D	İmalat Sanayi	285.330	311.885	379.215	414.733	477.137	420.381	524.469	696.364

Tablo 3 : Tekstil İmalatı Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri

2.2.3. Yarattılan Katma Değer

Tekstil imalatı sanayinde 2004-2011 yılları arasında sekiz alt sektörde yarattılan katma değerler nominal olarak artmıştır. En yüksek katma artışı tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi, halı ve kilim imalatı ile diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin

imalatı alt sektörlerinde gerçekleşmiştir. Dokuma ile giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı (ev tekstili) alt sektörlerinde ise 2004-2011 yılları arasında yarattılan katma değer nominal olarak gerilemiştir.

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	7.808	6.213	7.779	7.295	7.460	7.217	8.862	11.813
131	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	2.077	1.527	2.034	1.958	1.727	1.576	2.364	2.794
132	Dokuma	2.202	1.700	2.240	1.900	1.859	1.934	2.147	3.230
133	Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	845	738	893	948	831	770	954	1.113
139	Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	2.684	2.248	2.612	2.489	3.043	2.937	3.396	4.677
1391	Örgü (Triko) veya Tığ İşi Kumaşların İmalatı	316	286	320	315	469	460	544	692
1392	Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (Ev Tekstili)	1.400	950	1.127	1.096	1.426	1.280	1.337	1.937
1393	Halı ve Kilim İmalatı	368	393	402	396	454	470	578	865
1394	Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	13	10	16	15	19	22	27	31
1395	Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	12	11	22	23	29	38	50	80
1396	Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	368	390	401	416	420	403	525	662
1399	Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	207	208	324	228	226	263	334	4.08
D	İmalat Sanayi	66.925	60.245	74.798	79.000	93.804	84.735	99.229	128.950

Tablo 4 : Tekstil İmalatı Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri

2.2.4. Yatırımlar

Tekstil imalatı sanayi, genel imalat sanayi içinde göreceli olarak yüksek yatırım gerçekleştiren bir sektör konumundadır. 2006 yılında 14,97 milyar TL ile en yüksek yatırım büyüklüğüne ulaşmıştır. Alt sektörler itibariyle yıllara göre farklı büyüklükte yatırımlar yapılırken 2004-2011 arasında en çok yatırımı dokuma alt sektörü gerçekleştirmiştir.

Tekstil elyafının bitirilmesi ve bükülmesi, giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı ile halı ve kilim imalatı yüksek yatırım gerçekleştirilen diğer alt sektörlerdir.

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	3.101	2.912	14.971	3.719	2.231	2.354	2.858	5.231
131	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	899	770	1.571	1.761	499	385	528	1.342
132	Dokuma	807	960	11.520	660	640	932	787	1.583
133	Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	445	364	498	302	277	238	326	467
139	Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	950	818	1.382	996	815	800	1.217	1.840
1391	Örgü (Triko) veya tığ İşi Kumaşların İmalatı	123	150	198	189	213	162	201	388
1392	Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (Ev Tekstili)	392	282	519	318	200	201	463	565
1393	Halı ve Kilim İmalatı	246	198	308	254	157	192	247	471
1394	Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	-	-	-	-	-	10	11	14
1395	Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	-	-	-	-	-	15	52	36
1396	Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	114	101	232	151	160	149	129	183
1399	Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	75	87	125	84	85	71	114	183
D	İmalat Sanayi	18.856	20.374	53.002	38.773	36.348	36.597	33.711	49.443

Tablo 5 : Tekstil İmalatı Sanayinde Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımlar (Milyon TL)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri

2.2.5. Alt Sektörler İtibariyle Paylar

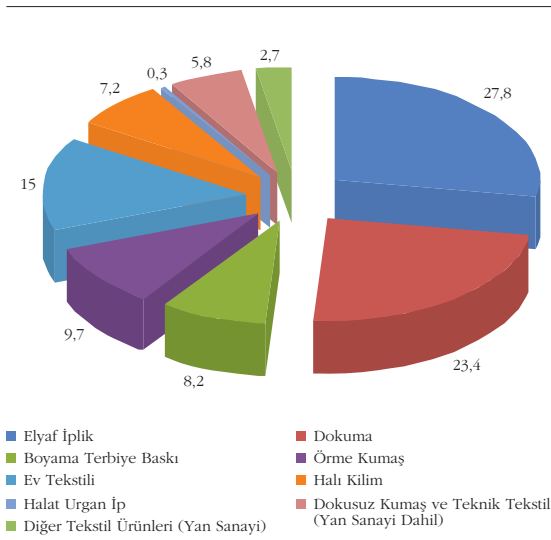
Tekstil imalatı sanayinde alt sektörlerin temel göstergelerdeki payları 2011 yılı itibariyle aşağıda sunulmaktadır. Buna göre girişim sayısı olarak en yüksek paya giyim eşyası dışındaki tamamlanmamış tekstil ürünlerinin imalatı (ev tekstili) alt sektörü yüzde 38,3 payı ile sahip bulunmaktadır. Üretim değeri olarak en yüksek payı yüzde 27,8 oranı ile

tektel elyafının hazırlanması ve bükülmesi alt sektör grubu sahiptir. Tekstil imalatı sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 27,3 ile dokuma alt sektörü yaratmaktadır. Tekstil imalatı sanayinde en yüksek yatırımı ise yüzde 30,3 payı ile dokuma alt sektörü yapmaktadır.

	Girişim Sayısı		Üretim Değeri		Faktör Fiyatlarıyla Katma Değer		Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımlar	
	Adet	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)
Tekstil Ürünlerinin İmalatı	23.012	100,0	59.763	100,0	11.813	100,0	5.231	100,0
Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	1.624	7,1	16.593	27,8	2.794	23,7	1.342	25,7
Dokuma	4.535	19,7	13.976	23,4	3.230	27,3	1.583	30,3
Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	2.840	12,3	4.917	8,2	1.113	9,4	467	8,9
Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	14.013	60,9	24.277	40,6	4.677	39,6	1.840	35,2
Örgü (Triko) ve ya tuğ İşi Kumaşların İmalatı	859	3,7	5.814	9,7	692	5,9	388	7,4
Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (Ev Tekstili)	8.811	38,3	8.962	15,0	1.937	16,4	565	10,8
Halı ve Kilim İmalatı	509	2,2	4.279	7,2	865	7,3	471	9,0
Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	146	0,6	156	0,3	31	0,3	14	0,3
Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	7	0,1	400	0,7	80	0,7	36	0,7
Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	1.133	5,0	3.040	5,1	662	5,6	183	3,5
Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	2.548	11,1	1.625	2,7	408	3,5	183	3,5

Tablo 6 : Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibariyle Dağılımı (2011)

Kaynak : Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK).



Grafik 1 : Üretim Değerlerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (%) (2011)

Kaynak : TÜİK

2.3. GENEL İMALAT SANAYİ İÇİNDEN ALINAN PAYLARDA GELİŞMELER

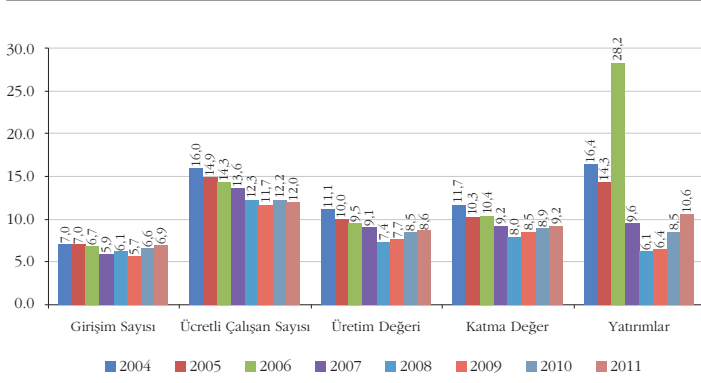
Tekstil imalatı sanayinin temel göstergeler itibariyle imalat sanayinin genelinden aldığı paylar ve bu paylardaki gelişmeler ise aşağıda sunulmaktadır.

2004-2011 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı hemen hemen aynı kalmıştır. İstihdam içindeki payı ise gerileyerek 2004 yılında yüzde 16,0 iken 2011 yılında yüzde 12,1'e

düşmüştür. Üretim değeri olarak payı ise kademeli olarak gerilemektedir. 2004 yılında yüzde 11,09 olan üretimdeki payı 2011 yılında ise yüzde 8,58 olmuştur. Yaratılan katma değer içindeki payı da 2004 yılında yüzde 11,67 iken 2011 yılında ise yüzde 9,16 olarak gerçekleşmiştir. Tekstil imalatı sanayi yatırımlar içinde ise oldukça yüksek bir paya sahip bulunmaktadır. 2006 yılında tek başına tüm imalat sanayindeki yatırımların yüzde 28,24'ünü gerçekleştirmiştir. 2011 yılında ise yatırımlardaki payı yüzde 10,58 olmuştur.

Yıllar	Girişim Sayısı	Ücretli Çalışan Sayısı	Üretim Değeri	Katma Değer	Yatırımlar
2004	7,00	16,0	11,09	11,67	16,44
2005	6,96	14,9	9,95	10,31	14,29
2006	6,74	14,3	9,45	10,40	28,24
2007	5,88	13,6	9,07	9,23	9,59
2008	6,13	12,3	7,41	7,95	6,14
2009	5,66	11,7	7,66	8,52	6,43
2010	6,61	12,2	8,52	8,93	8,48
2011	6,91	12,0	8,58	9,16	10,58

Tablo 7 : Tekstil İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri Verilerinden hesaplanmıştır.



Grafik 2 : Tekstil İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)
Kaynak : TÜİK

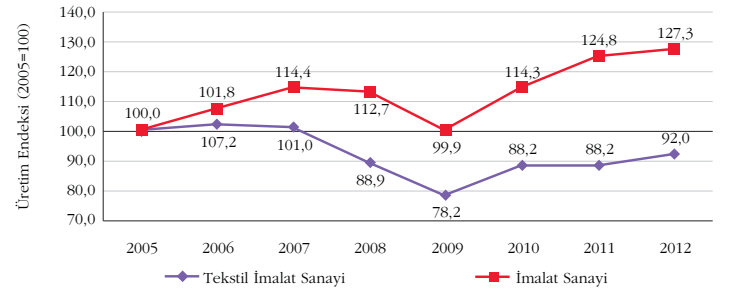
2.4. SANAYİ ÜRETİMİ VE KAPASİTE KULLANIM ORANLARI

Tekstil imalatı sanayinde üretim 2005-2012 arasında yüzde 8 gerilemiştir. Böylece aynı dönemde yüzde 27,3 artış gösteren ortalama imalat sanayi üretim büyümesinin altında kalmıştır.

Sanayide 2006 yılında yüzde 79,1 ile en yüksek kapasite kullanım oranına ulaşıldıktan sonra kapasite

kullanım oranı gerilemiş, 2012 yılında ise tekrar yüzde 78'e yükselmiştir. Kapasite kullanım oranındaki gerileme imalat sanayinin geneli ile paralellik gösterirken son dört yıldır imalat sanayinin ortalamasının üzerinde kapasite kullanılmaktadır.

Sanayi üretiminin alt sektörler itibarıyla gelişimi değerlendirildiğinde 2005-2012 dönemi arasında üretim artışı halı ve kilim imalatı, dokusuz kumaşların imalatı ve diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı sanayinde gerçekleşmiştir. Diğer tüm alt sektörlerde üretim 2005-2012 döneminde gerilemiştir.



Grafik 3 : Tekstil İmalatı Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tekstil Sanayi Üretimi (% Değişim)	1,8	-0,8	-12,0	-12,0	12,8	0,0	4,3
İmalat Sanayi Üretimi (% Değişim)	7,2	6,7	-1,5	-11,3	14,4	9,2	2,0
Tekstil Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	101,8	101,0	88,9	78,2	88,2	88,2	92,0
İmalat Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3
Tekstil Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	79,1	78,7	70,8	67,6	77,3	76,6	78,0
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	81,0	80,2	76,7	65,2	72,7	75,4	74,2

Tablo 8 : Tekstil İmalatı Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranı
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, T.C. Merkez Bankası

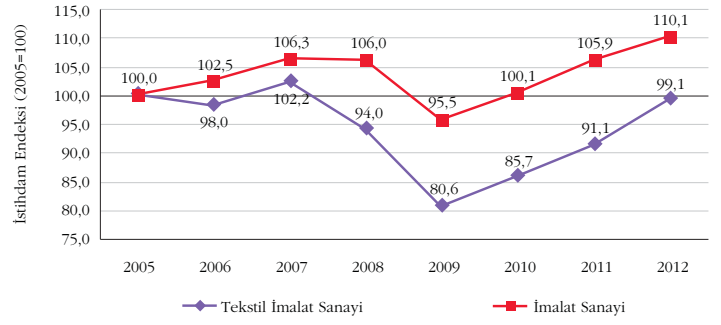
KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	101,8	101,0	88,9	78,2	88,2	88,2	92,0
131	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	101,7	103,2	86,9	81,2	89,0	86,8	95,9
132	Dokuma	101,2	104,9	90,8	72,4	83,7	82,5	87,8
133	Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	106,9	105,5	90,8	80,8	95,0	93,9	93,1
139	Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	100,7	94,7	88,3	79,9	89,1	92,0	92,1
1391	Örgü (Triko) ve ya tığ işi Kumaşların İmalatı	103,5	98,5	87,3	80,5	82,2	72,9	82,4
1392	Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (Ev Tekstili)	95,9	89,6	85,6	77,5	83,7	87,6	87,2
1393	Halı ve Kilim İmalatı	107,2	114,0	103,9	107,2	135,3	147,6	144,9
1394	Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	110,4	102,2	83,0	72,7	87,5	88,1	94,6
1395	Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	166,8	161,3	157,1	179,5	212,3	300,2	431,4
1396	Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	128,0	124,5	104,8	83,9	98,5	108,8	102,1
1399	Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	94,4	75,8	74,6	58,8	63,5	58,4	54,7
D	İmalat Sanayi	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3

Tablo 9 : Tekstil İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim Endeksleri (2005=100)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

2.5. İSTİHDAM

Tekstil imalatı sanayinde 2005-2012 yılları arasında istihdam tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi, dokuma, örgü veya tığ işi kumaşların imalatı ile giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerin imalatı alt sanayilerinde azalmıştır.

İstihdam artış gerçekleşen alt sektörler ise halı ve kilim imalatı, dokusuz kumaşların imalatı, teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı ve tekstil ürünlerinin bitirilmesi alt sektörleridir.



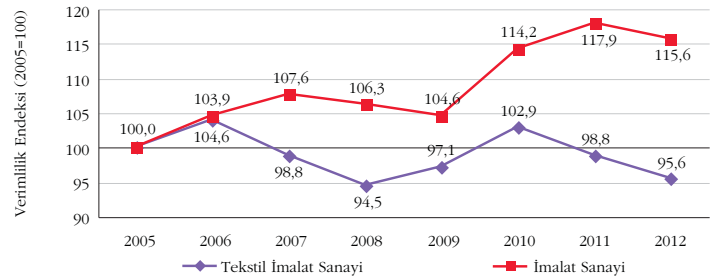
Grafik 4 : Tekstil İmalatı Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	98,0	102,2	94,0	80,6	85,7	91,1	99,1
131	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	98,9	103,0	88,3	77,9	84,8	87,2	94,6
132	Dokuma	98,7	106,1	96,4	81,3	86,6	90,8	98,0
133	Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	97,5	103,2	100,3	86,4	90,6	94,9	105,9
139	Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	97,0	98,6	93,4	79,5	83,7	87,1	92,2
1391	Örgü (Trikö) veya tığ işi Kumaşların İmalatı	90,9	91,5	93,9	77,6	82,9	87,1	94,2
1392	Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (EV Tekstili)	94,6	94,3	89,8	74,0	76,5	81,4	85,1
1393	Halı ve Kilim İmalatı	100,3	100,1	94,5	86,4	93,5	109,6	123,6
1394	Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	106,4	105,8	109,1	108,6	114,5	117,9	133,0
1395	Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	109,3	97,4	95,5	95,3	147,5	160,5	214,2
1396	Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	12,5	120,3	120,7	111,8	119,3	119,3	122,8
1399	Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	96,4	102,8	84,0	70,3	74,5	64,1	66,2
D	İmalat Sanayi	102,5	106,3	106,0	95,5	100,1	105,9	110,1

Tablo 10 : Tekstil İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

2.6. İŞGÜCÜ VERİMLİLİĞİ

Tekstil imalatı sanayinde kişi başı üretim ile ölçülen verimlilik 2005-2012 döneminde yüzde 4,4 azalmıştır. Bu dönemde üretim istihdamdan daha hızlı gerilemiş, bu nedenle işgücü verimliliği de düşmüştür. Aynı dönemde imalat sanayinde verimlilik veya kişi başına üretim yüzde 15,6 artmıştır.



Grafik 5 : Tekstil İmalatı Sanayi İşgücü Verimliliği Endeksinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tekstil Sanayi İstihdam Endeksi	98,0	102,2	94,0	80,6	85,7	91,1	99,1
İmalat Sanayi İstihdam Endeksi	102,5	106,3	106,0	95,5	100,1	105,9	110,1
Tekstil Sanayi Üretim Endeksi	101,8	101,0	88,9	78,2	88,2	88,2	92,0
İmalat Sanayi Üretim Endeksi	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3
Tekstil Sanayi Verimlilik (Kişi Başı Üretim) Endeksi	103,9	98,8	94,5	97,1	102,9	98,8	95,6
İmalat Sanayi Verimlilik (Kişi Başı Üretim) Endeksi	104,6	107,6	106,3	104,6	114,2	117,9	115,6

Tablo 11 : Tekstil İmalatı Sanayi Verimlilik (Kişi Başı Üretim) Endeksleri (2005=100)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

Tekstil imalatı sanayinde alt sektörler itibariyle verimlilik gelişmeleri de yine kişi başına üretim ile ölçülmektedir. Buna göre 2005-2012 döneminde

dört alt sektör verimlilik artışı sağlarken, dokuma ve örme kumaş üretimi ile tekstil ürünlerinin bitirilmesi alt sektörlerinde verimlilik düşmüştür.

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	103,9	98,8	94,5	97,1	102,9	98,8	95,6
131	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	102,8	100,2	98,4	104,1	105,0	99,5	101,5
132	Dokuma	102,4	98,8	94,0	89,1	96,5	90,8	89,5
133	Tekstil Ürünlerinin Bitirilmesi	109,8	102,5	90,5	93,4	104,9	99,0	88,0
139	Diğer Tekstil Ürünlerinin İmalatı	103,8	96,0	94,4	100,6	106,4	105,7	99,9
1391	Örgü (Triko) veya Tiğ İşi Kumaşların İmalatı	114,3	108,1	93,0	103,8	99,3	83,7	87,5
1392	Giyim Eşyası Dışındaki Tamamlanmış Tekstil Ürünlerinin İmalatı (Ev Tekstili)	101,3	95,0	95,3	104,9	109,3	107,7	102,3
1393	Halı ve Kilim İmalatı	106,9	114,4	109,9	123,8	144,5	134,8	117,2
1394	Halat Urgan Kınnap ve Ağ İmalatı	103,4	96,4	76,0	66,9	76,6	74,7	70,9
1395	Dokusuz Kumaşların ve Ürünlerin İmalatı	151,6	165,1	164,1	187,7	143,3	186,2	202,0
1396	Diğer Teknik ve Endüstriyel Tekstillerin İmalatı	113,9	103,6	87,2	75,2	82,7	91,2	83,3
1399	Diğer Tekstil Ürünleri İmalatı	97,5	73,2	88,2	83,1	84,7	90,5	82,2

Tablo 12: Tekstil İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başı Üretim) Endeksleri (2005=100)
Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

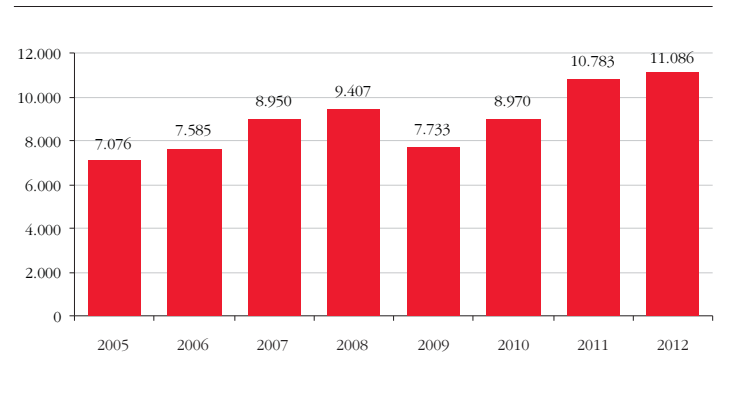
2.7. DIŞ TİCARET

Tekstil imalatı sanayinin dış ticareti toplam ve alt sektörler itibariyle ihracat ve ithalat, ihracat pazarları ile ihracat miktar ve birim fiyat gelişmeleri başlıkları altında incelenmekte ve değerlendirilmektedir

2.7.1. Tekstil İmalatı Sanayi İhracat ve İthalatı

Tekstil imalatı sanayinin ihracatı 2005 yılında 7,08 milyar dolar iken 2012 yılında 11,09 milyar dolara yükselmiştir. Bununla birlikte tekstil imalatı sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 9,6'dan yüzde 8,1'e gerilemiştir.

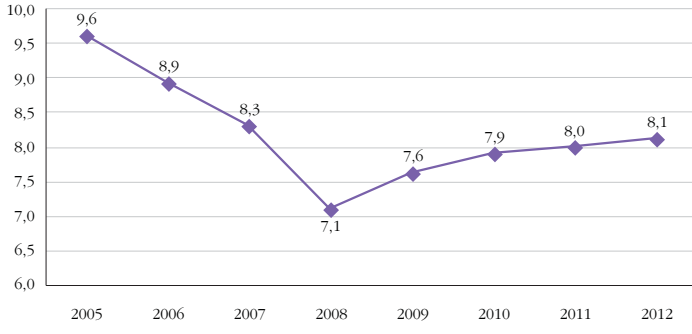
2005 yılında 4,44 milyar dolar olan tekstil ithalatı ise 2012 yılında 6,59 milyar dolara yükselirken toplam ithalat içindeki payı da yüzde 3,8'den yüzde 2,8'e inmiştir.



Grafik 6: Tekstil İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak: TÜİK

	Tekstil Ürünleri İhracatı	Türkiye Toplam İhracatı	Pay (%)	Tekstil Ürünleri İthalatı	Türkiye Toplam İthalatı	Pay (%)
2005	7.076	73.476	9,6	4.441	116.774	3,8
2006	7.585	85.535	8,9	4.686	139.576	3,4
2007	8.950	107.272	8,3	6.152	170.063	3,6
2008	9.407	132.027	7,1	5.801	201.964	2,9
2009	7.733	102.143	7,6	4.880	140.928	3,5
2010	8.970	113.883	7,9	6.702	185.544	3,6
2011	10.783	134.907	8,0	7.719	240.842	3,2
2012	11.086	137.710 *	8,1	6.594	236.545	2,8

Tablo 13: Tekstil İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)
(*) Altın İhracatı Hariç
Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu



Grafik 7 : Tekstil İmalatı Sanayi İhracatının Türkiye Toplam İhracatı İçindeki Payı (%)
Kaynak : TÜİK

2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat

Tekstil imalatı sanayinde ihracatın alt sektörler itibariyle dağılımı ve gelişimi aşağıda sunulmaktadır. Tekstil imalatı sanayi alt sektör grupları içinde en yüksek ihracatı halılar ve diğer yer kaplamaları gerçekleştirmektedir. 2012 yılında halı ve yer kaplamaları ihracatı 2,0 milyar dolar olmuştur. İkinci en yüksek ihracatı ise ev tekstili ağırlıklı dokumaya elverişli maddelerden diğer hazır eşya ve takımlar gerçekleştirmektedir. Bu alt ürün grubunun ihracatı 2012 yılında 1,90 milyar dolar olmuştur. Tekstil iplikleri ihracatı 1,67 milyar dolar, sentetik ve suni filamentler ihracatı 1,59 milyar dolar, örme kumaş ihracatı 1,45 milyar dolar ve pamuklu dokuma ihracatı ise 1,15 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
65	Tekstil Ürünleri (İplik, Kumaş, Yer Kaplamaları, Hazır Eşya)	7.076	7.584	8.950	9.407	7.733	8.970	10.783	11.086
651	Tekstil İplikleri	1.010	1.157	1.215	1.239	1.051	1.299	1.680	1.665
652	Pamuklu Mensucat	871	893	1.161	1.148	923	1.013	1.179	1.146
653	Sentetik veya Suni Flamentler	1.097	1.223	1.424	1.573	1.258	1.353	1.542	1.589
654	İpek, Yün, Keten vb'den Dokunmuş Mensucat	152	149	186	196	134	143	164	160
655	Örme Mensucat	571	753	1.012	1.132	979	1.266	1.483	1.562
656	Kordelalar, Etiketler, Armalar, Tüller vb	407	365	393	376	249	268	314	353
657	Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (Keçe, Votka, Sicim, İp, Teknik Eşya)	345	394	463	490	413	517	683	685
658	Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takım	1.952	1.906	2.096	2.084	1.640	1.831	2.124	1.906
659	Halılar ve Diğer Yer Kaplamaları	670	743	1.001	1.168	1.087	1.278	1.615	2.019

Tablo 14 : Alt Sektörler İtibariyle Tekstil İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri

Tekstil imalatı sanayinde ithalatın alt sektörler itibariyle gelişimi ise aşağıda yer almaktadır. Tekstil ithalatı içinde en büyük payı tekstil iplikleri almaktadır. Tekstil iplikleri ithalatı 2005-2012 döneminde önemli bir artış göstermiş ve 2012 yılında 2,99 milyar dolara yükselmiştir. İthalat diğer alt ürün

gruplarında ise bazı ürünlerde kademeli ve sınırlı olarak artmış, bazı alt ürün gruplarında ise yine kademeli ve sınırlı olarak artmıştır. Suni ve sentetik filamentler 904 milyon dolar ile en çok ithalatı yapılan ikinci gruptur.

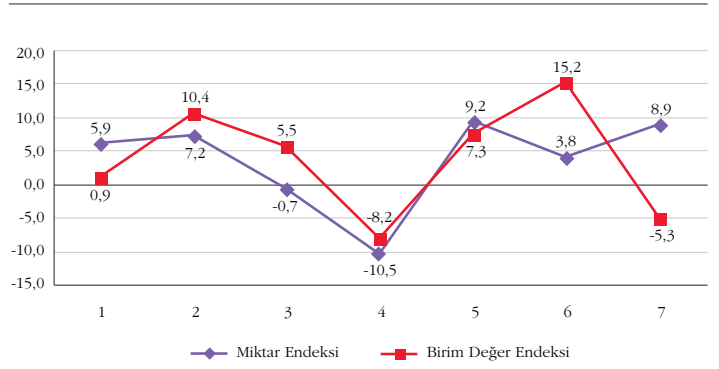
KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
65	Tekstil Ürünleri (İplik, Kumaş, Yer Kaplamaları, Hazır Eşya)	4.441	4.686	6.152	5.801	4.880	6.702	7.719	6.594
651	Tekstil İplikleri	1.530	1.731	2.587	2.264	1.821	2.712	3.083	2.988
652	Pamuklu Mensucat	1.014	939	1.034	927	825	1.127	1.260	768
653	Sentetik veya Suni Flamentler	611	663	772	729	679	913	1.024	904
654	İpek, Yün, Keten vb'den Dokunmuş Mensucat	338	322	344	339	234	272	336	318
655	Örme Mensucat	171	178	223	239	230	372	559	354
656	Kordelalar, Etiketler, Armalar, Tüller vb	91	117	129	133	101	137	149	148
657	Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (Keçe, Votka, Sicim, İp, Teknik Eşya)	477	484	606	675	580	686	759	630
658	Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takım	64	83	120	128	108	139	192	154
659	Halılar ve Diğer Yer Kaplamaları	145	168	337	366	300	345	357	329

Tablo 15 : Alt Sektörler İtibariyle Tekstil İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, İş İstatistikleri

2.7.3. İhracat Miktar ve Birim Değer Gelişmeleri

Tekstil imalatı sanayinde ihracatta miktar ve ihracat ürünleri ortalama birim değerleri 2003-2012 döneminde artmıştır. İhracat birim değeri 2003=100 endeksi ile hesaplandığında 2012 yılında 144 olarak gerçekleşmiştir. 2003-2012 arasında Dolar cinsinden ihracat birim değeri ortalama yüzde 44 artmış, ancak bu değer artışı, imalat sanayi ortalama değer artışının 7 puan altında kalmıştır.

İhracat miktarı ise yine 2003-2012 arasında kademeli bir artış göstermiştir. 2003 yılında 100 olarak ölçülen ihracat miktar endeksi 2012 yılında 147'ye yükselmiştir. Tekstil imalatı sanayi ihracatı 2003 yılına göre miktar bazında yüzde 47 artmış, ancak bu artış imalat sanayinin aynı dönemdeki ortalama yüzde 106 ihracat miktar artışının altında kalmıştır.



Grafik 8 : Tekstil İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endeksleri Yıllık Değişim Oranları (%)

Kaynak : TÜİK

Göstergeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tekstil Sanayi İhracat Birim Değer Endeksi	114	115	127	134	123	132	152	144
Genel İhracat Birim Değer Endeksi	123	128	144	168	140	146	163	157
Tekstil Sanayi İhracat Miktar Endeksi	118	125	134	133	119	130	135	147
Genel İhracat Miktar Endeksi	126	141	157	167	155	165	175	206

Tablo 16 : Tekstil İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endeksleri (2003=100)

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

2.7.4. Tekstil İmalatı Sanayi İhracat Pazarları

Türkiye'nin tekstil imalatı sanayinde ihracat pazarları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Sektörün en önemli pazarı AB ülkeleri olmakla birlikte son yıllardaki gelişimi ile birlikte Rusya 2012 yılında en büyük pazar haline gelmiştir.

AB ülkeleri içinde Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa ve Hollanda geleneksel ve önemli pazarlar olmayı sürdürmektedir. ABD sektörün dördüncü büyük pazarı olarak yer almaktadır.

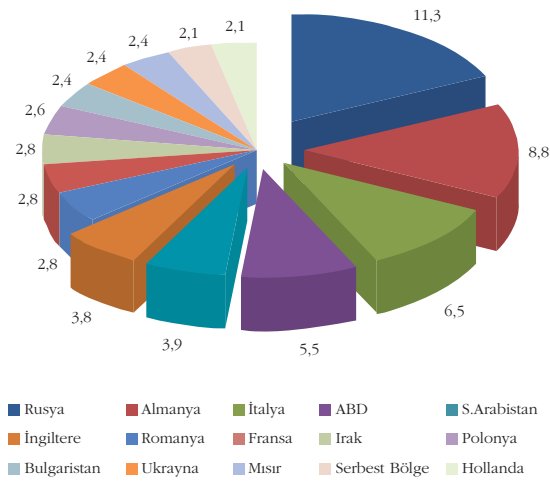
Sektör için S.Arabistan, Irak ve Mısır Körfez, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesindeki önemli pazarlardır. Mısır'da yer alan Türk hazır giyim sektörü üretimi de bu ülkeye olan tekstil ihracatını desteklemektedir.

Romanya, Polonya, Bulgaristan ve Ukrayna da hem üretimde kullandıkları ara girdiler için hem de ev tekstili gibi nihai ürünler için Türk tekstil sektörünün gelişen ve potansiyel pazarını oluşturmaktadır.

2005				2012			
Sıra	Ülkeler	Tutar	Pay (%)	Sıra	Ülkeler	Tutar	Pay (%)
1	Almanya	830	11,7	1	Rusya	1.254	11,3
2	ABD	592	8,4	2	Almanya	977	8,8
3	Serbest Bölge	527	7,5	3	İtalya	724	6,5
4	İtalya	518	7,3	4	ABD	612	5,5
5	Rusya	462	6,5	5	S. Arabistan	435	3,9
6	İngiltere	373	5,3	6	İngiltere	425	3,8
7	Romanya	313	4,4	7	Romanya	315	2,8
8	Fransa	306	4,3	8	Fransa	309	2,8
9	Bulgaristan	209	3,0	9	Irak	306	2,8
10	İspanya	206	2,9	10	Polonya	285	2,6
11	Polonya	203	2,9	11	Bulgaristan	269	2,4
12	Yunanistan	159	2,2	12	Ukrayna	268	2,4
13	Hollanda	156	2,2	13	Mısır	263	2,4
14	S. Arabistan	141	2,0	14	Serbest Bölge	236	2,1
15	Ukrayna	131	1,8	15	Hollanda	230	2,1

Tablo 17 : Tekstil İmalat Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü ve TÜİK verilerinden hesaplanmıştır.



Grafik 9 : Sektörün İhracat Pazarları (Yüzde, 2012)
Kaynak : Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK).

Alt ürün gruplar itibariyle en çok ihracat gerçekleştirilen ilk beş pazar bilgileri ise aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

Dokunmuş Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (GTİP 5702)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Suudi Arabistan	314.502.371
2	İrak	171.911.662
3	ABD	133.664.047
4	Libya	122.714.780
5	Almanya	90.594.998
	Toplam (Dünya)	1.680.450.135

Sentetik Filament İpliklerinden Dokunmuş Mensucat (GTİP 5407)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Rusya	189.159.914
2	İran	47.148.189
3	Almanya	44.398.909
4	ABD	43.272.668
5	İngiltere	38.174.963
	Toplam (Dünya)	875.996.811

Diğer Örme Mensucat (GTİP 6006)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Rusya	284.952.687
2	İtalya	76.896.606
3	Bulgaristan	65.917.931
4	Romanya	57.004.414
5	Ukrayna	50.720.632
	Toplam (Dünya)	866.093.430

Pamuklu Mensucat (Ağırlık İtibariyle % 85 Veya Daha Fazla Pamuk İçeren ve m² Ağırlığı 200 Gramı Geçenler) (GTİP 5209)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	İtalya	76.807.304
2	Tunus	54.616.832
3	Fas	51.673.042
4	Hong Kong	43.589.720
5	Mısır	35.537.930
	Toplam (Dünya)	560.922.982

Sentetik Filament İplikleri (Dikiş İpliği Hariç) (Perakende Olarak Satılacak Hale Getirilmemiş) (GTİP 5402)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Belçika	68.168.027
2	İngiltere	56.444.455
3	Hollanda	50.380.329
4	Belarus	36.078.077
5	Mısır	34.695.519
	Toplam (Dünya)	497.947.230

Diğer Örme Mensucat (Eni 30 cm'den Büyük) (GTİP 6004)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Rusya	117.095.471
2	İtalya	105.095.830
3	Yunanistan	26.003.241
4	Bulgaristan	24.068.207
5	Romanya	16.842.206
	Toplam (Dünya)	435.257.125

Pamuk İpliği (Dikiş İpliği Hariç) (Ağırlık İtibari İle Pamuk Oranı >% 85 ve Perakende Olarak Satılacak Hale Getirilmemiş) (GTİP 5205)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	İtalya	90.693.221
2	Portekiz	70.059.313
3	Almanya	30.893.394
4	İspanya	24.408.716
5	Polonya	21.459.988
	Toplam (Dünya)	393.099.517

Dokunmamış Mensucat (Emdirilmiş, Sıvanmış, Kaplanmış Veya Lamine Edilmiş Olsun Olmasın) (GTİP 5603)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Rusya	23.042.351
2	ABD	22.571.917
3	Polonya	19.130.131
4	Mısır	19.063.664
5	İsrail	15.460.288
	Toplam (Dünya)	272.298.986

**Dokunmuş Kadife, Pelüş ve Tırtıl Mensucat (GTİP 5801)
Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke**

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Rusya	46.435.947
2	Polonya	21.152.155
3	İngiltere	20.754.218
4	Almanya	15.681.664
5	Litvanya	11.047.755
	Toplam (Dünya)	262.749.479

**Sentetik Devamsız Liften İplik (Dikiş İpliği Hariç Toptan)
(GTİP 5509)**

Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Rusya	55.237.156
2	İtalya	31.574.473
3	İngiltere	20.653.831
4	Bulgaristan	19.110.552
5	İran	14.790.105
	Toplam (Dünya)	260.299.482

Pamuklu Mensucat

(Ağırlık İtibari İle % 85 veya Daha Fazla Pamuk İçerenler)

(m² Ağırlığı 200 Gramı Geçmeyenler) (GTİP 5208)

Türkiye'nin 2012 Yılında İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Almanya	28.049.510
2	Serbest Bölgeler	26.848.000
3	İtalya	26.356.922
4	Romanya	14.619.858
5	Fransa	14.181.793
	Toplam (Dünya)	249.940.195

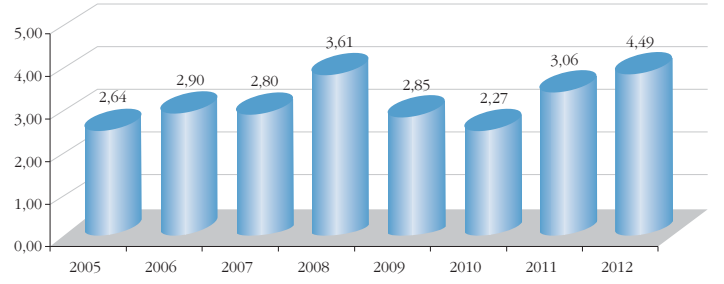
2.8. NET DÖVİZ KAZANCI

Tekstil imalatı sanayinin, nihai ürünlerin ihracat ve ithalat farkı ile ölçülen net döviz kazancı yıllar itibariyle fazla vermektedir. Sektörün net döviz fazlası 2008 yılında 3,6 milyar dolara ulaştıktan sonra 2010 yılında 2,27 milyar dolara düşmüştür. 2011 ve 2012 yıllarında ise net döviz kazancı fazlası önemli ölçüde artmış ve 2012 yılında 4,49 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

	İhracat	İthalat	Net İhracat
2005	7.076	4.441	2.635
2006	7.585	4.686	2.899
2007	8.950	6.152	2.798
2008	9.407	5.801	3.606
2009	7.733	4.880	2.853
2010	8.970	6.702	2.268
2011	10.783	7.719	3.064
2012	11.086	6.594	4.492

Tablo 18 : Tekstil İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu



Grafik 10 : Tekstil İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyar Dolar)

Kaynak : TÜİK

2.9. ARGE VE TEKNOLOJİ FAALİYETLERİ

Tekstil imalatı sanayinde teknoloji faaliyetleri, araştırma-geliştirme çalışmaları ve tasarım kapasitesi ile markalaşma rekabetin en önemli unsurlarında biri haline gelmiştir.

Bu çerçevede tekstil imalatı sanayinin teknoloji faaliyetleri incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Şirketlerin Araştırma Geliştirme faaliyetleri için Türkiye İstatistik Kurumu'nun AR-GE istatistikleri kullanılmaktadır. TÜİK verileri en son 2011 yılına ait bulunmaktadır.

Tekstil imalatı sanayinde araştırma-geliştirme faaliyetleri için istihdam edilenlerin sayısı 2011 yılı itibariyle 927 kişidir. Sanayide ARGE istihdamının 2007 yılından sonra arttığı görülmektedir.

Araştırma geliştirme faaliyetleri için yapılan harcamalar ise yıllar itibariyle artarak 2011 yılında 80 milyon TL olarak ölçülmüştür. Bunun 53 milyon Türk Lirası istihdam ağırlıklı cari harcamalar, 27 milyon Türk lirası ise ekipman ve benzerlerini içeren yatırım harcamalarıdır.

	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2011	947	583	221	143
2010	920	545	266	109
2009	854	422	220	212
2008	684	292	225	167
2007	498	215	148	135
2006	630	392	137	101
2005	615	291	183	141

Tablo 19 : Tekstil İmalat Sanayi ARGE Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2011	28.781	16.036	9.348	5.301
2010	24.588	13.242	8.120	3.226
2009	23.445	13.085	7.371	2.989
2008	19.199	10.688	5.569	2.942
2007	17.718	9.395	5.568	2.755
2006	14.202	7.734	4.191	2.277
2005	12.927	6.930	3.756	2.241

Tablo 20 : İmalat Sanayinde ARGE Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2011	2.569	2.119	450
2010	2.035	1.812	223
2009	2.105	1.760	255
2008	1.954	1.581	373
2007	1.714	1.273	441
2006	1.186	1.024	162
2005	953	774	179

Tablo 22 : İmalat Sanayinde ARGE Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

Tekstil imalatı sanayinde teknoloji faaliyetlerinin çıktılarını alan patentler, marka tescilleri ve endüstriyel tasarım tescillerinin sayısı ile ölçülmektedir.

Buna göre tekstil imalatı sanayinde alınan patent sayısı 2000 yılında 2 iken izleyen yıllarda kademeli ve istikrarlı olarak artmış ve 2012 yılında 37 olmuştur.

Tekstil imalatı sanayinde alınan marka tescilleri ise sektörün ürün yapısı gereği alınan patent ve endüstriyel tasarım tescillerinden çok daha önemlidir. Tekstil imalatı sanayinde alınan marka tescilleri yıl itibarıyla önemli artışlar göstermektedir.

	Halat İp	İplik	Kumaş Ev Tekstili	Yan Sanayi	Halı	Tekstil Toplam	Genel Toplam
2000	37	113	339	15	42	546	1.679
2005	105	352	1.779	78	122	2.436	4.389
2006	111	307	1.326	115	243	2.102	4.970
2007	396	516	1.766	664	818	4.160	4.871
2008	349	461	1.304	495	574	3.183	4.798
2009	371	472	1.445	570	677	3.535	5.247
2010	243	239	982	368	384	2.216	6.363
2011	228	258	995	386	425	2.292	6.968
2012	448	472	1.629	660	762	3.971	7.385

Tablo 24 : Sektörde Yerel Marka Tescilleri (Adet)
Kaynak : Türk Patent Enstitüsü

Tekstil imalatı sanayinde teknoloji faaliyetleri artış eğiliminde bulunmaktadır. Ancak şirketlerin ulaştıkları büyüklükler, sektörün ciroları, ihracat kapasitesi ve rekabet gücü ihtiyacı dikkate alındığında teknoloji faaliyetleri henüz sınırlı kalmaktadır.

Tekstil imalatı sanayinde 5746 sayılı ARGE Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun çerçevesinde en az 50 kişi çalıştırarak ARGE

	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2011	80	53	27
2010	51	42	9
2009	50	43	7
2008	39	30	9
2007	33	23	10
2006	36	25	11
2005	36	16	20

Tablo 21 : Tekstil İmalat Sanayi ARGE Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)
Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu

	Tekstil Ürünleri İmalat Sanayi Sektör Toplamı	Genel Toplam
2000	2	720
2005	20	2.757
2006	15	3.427
2007	39	4.365
2008	45	4.584
2009	21	4.529
2010	27	5.146
2011	30	6.011
2012	37	5.907

Tablo 23 : Sektörde Alınan Patentler (Yerel) (Adet)
Kaynak : Türk Patent Enstitüsü

2000 yılında 546 adet yerli marka tescilli yapılırken bu sayı 2012 yılında 3.971'e kadar yükselmiştir. En çok marka tescili yapılan alt sektör ise kumaş ve ev tekstili alt sektörüdür.

Tekstil imalatı sanayinde endüstriyel tasarım tescilleri sayısı ise gerileme eğilimi içindedir. Alınan endüstriyel tasarım tescil sayısı 2000 yılında 208 iken 2012 yılında 18 olarak gerçekleşmiştir.

desteklerinden yararlanmak üzere 8 şirket bünyesinde kurulan ARGE Merkezi bulunmaktadır.

Tekstil imalatı sanayinde teknoloji faaliyetleri ARGE çalışmaları ile tasarım ve markalaşma süreçlerinde kurumsal yapılar önemli bir yer tutmaktadır. Bu çerçevede Türkiye'de tekstil imalat sanayindeki teknoloji faaliyetlerindeki kurumsal gelişmeler alt sektörler itibarıyla değerlendirilmektedir.

	Tekstil İmalat Sanayi Sektör Toplamı	Genel Toplam
2000	208	1.679
2005	388	4.389
2006	184	4.970
2007	35	4.871
2008	35	4.798
2009	27	5.247
2010	16	6.363
2011	11	6.968
2012	18	7.385

Tablo 25: Sektörde Endüstriyel Tasarım Tescilleri (Yerel) (Adet)

Kaynak : Türk Patent Enstitüsü

İplik Sektörü;

İç ve dış pazarlarda inovatif ürünlere yönelik artan talep ve yüksek katma değerli ürünlere eğilim ile birlikte sektörde teknoloji, ARGE ve inovasyon faaliyetleri genişlemektedir. İplik sektörü inovatif ve niş ürünler ile rekabet gücünü artırmayı hedeflemektedir. Firmalar teknoloji faaliyetleri sonucu daha çok ürün geliştirmeye odaklanmaktadır. Güzel koku yayan, yanmayan, organik, anti bakteriyel, tüylenme yapmayan, kötü kokuları engelleyen iplikler geliştirilmektedir.

Üretim teknolojisi ve kapasitesi ile dünyanın en önemli iplik üreticilerinden olan sektör rekabet gücünü inovatif ürünler ile artırmaktadır. Daha çok konfeksiyon sektöründe kullanılan kumaşlar için iplik üreten sektör son yıllarda fonksiyonelliğin artması ve üretim süreçlerinin kolaylaşması ile teknoloji faaliyetleri sonucu geliştirilen ürünleri üretebilmektedir. Nano malzemeler ile suni ve sentetik ipliklere farklı özellikler verilerek yeni özellikli iplikler geliştirilmektedir.

İplik sektöründe gıda, ev tekstili, ayakkabı, sağlık, turizm, gemi sanayi, otomotiv ve beyaz eşya sektörlerinde kullanılmak üzere üretim yapmaya başlayan iplik firmaları özellikli iplik türlerini geliştirme faaliyetlerini artırmaktadır. Bu tip iplikler daha çok Avrupa Birliği pazarında talep görmektedir.

Geliştirilen ve üretilen inovatif iplikler arasında küresel moda markalarının taklit sorunuyla mücadele etmesi için kodlanmış ve izlenebilir iplikler de bulunmaktadır.

Kumaş Sektörü;

Kumaş sektörü yüksek katma değerli ürünlerin üretimine yönelmiş ve bu nedenle son yıllarda katma değeri yüksek ürünlerin geliştirilmesi amacıyla teknoloji faaliyetlerini artırmaya başlamıştır. Geleneksel kumaşlara ilave olarak dokusuz kumaşlar, iklimatik işlev gören, terletmeyen, su değdiğinde renk değiştiren, leke tutmayan, daha hafif ve benzeri

özelliklere sahip akıllı kumaşların geliştirilmesine ve üretimine yönelmiştir.

Kumaş üretiminin geleceği yeni teknolojiler ile geliştirilmiş konvansiyonel ipliklerin kullanımıyla performansları yükseltilmiş dokuma ve örme kumaşlardan geçmektedir.

Sektör bu nedenle özel kullanım alanlarına yönelik ve de genel müşteri kitlesi tarafından kullanılabilen performansları artırılmış kumaşların geliştirilmesine ağırlık vermektedir. Tekstil terbiye alanında ortaya çıkan teknolojik uygulamalar da rahat kullanıma yönelik kumaşların geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Tekstil Terbiye Sektörü;

Kumaş terbiyesi alanında ortaya çıkan yeni teknolojiler kumaş sektöründe rekabeti önemli ölçüde belirler hale gelmiştir. Bu nedenle tekstil terbiye sektörü de kumaş teknolojisindeki gelişmelere uyum sağlamaya çalışarak kumaş geliştirmeye, örneğin ipek dokunuşlu pamuklu kumaşlar, performansı artırılmış, buruşmaz, su geçirmez, anti bakteriyel, ter kokusunu gideren ve benzeri kumaşları geliştirmeye ağırlık vermektedir.

Tekstil ve Konfeksiyon Yan Sanayi;

Tekstil ve konfeksiyon yan sanayi tekstil ve hazır giyim sektörünün ihtiyaç duyduğu kaliteli, yüksek katma değerli ve tasarım içeren fonksiyonel ürünlerin üretimi için teknoloji, inovasyon ve tasarım faaliyetlerini artırmaya başlamıştır.

Tekstil ve hazır giyim ürünlerinin fiziksel olarak yüzde 10'u yan sanayi ürünleridir. Yan sanayi ürünleri fonksiyonel ve görsel olarak çok önemli bir işleve sahip bulunmaktadır.

Sürekli değişim ve gelişim gösteren moda ve marka eğilimleri ile müşteri taleplerine karşı yan sanayi de sürekli yenilikçi ve yaratıcı ürünler geliştirmek zorunda kalmakta ve özellikle tasarım faaliyetlerine daha çok ağırlık vermektedir.

Sektör organik pamuktan ürünler, FSC şartlarına uygun kağıtlar, doğada eriyen aksesuarlar, geri dönüşümlü ürünler, RFID taşıyan etiketler, güvenlik sağlayan ve taklidi önleyen baskılar ve bunun gibi bir çok yenilik gerçekleştirilmektedir.

Yan sanayi teknoloji faaliyetlerinde daha çok ürün geliştirme ve tasarıma ağırlık vermektedir. Tela ve votka için kullanılan dokusuz kumaşlar özellikle teknik tekstil ürünü olarak önemli bir ARGE çıktısıdır ve ürün geliştirmenin alt yapısını oluşturmaktadır.

Ürün geliştirmede daha sağlam, kullanışlı, çevreye duyarlı, yeni trendlere uygun ürünler öne çıkmaktadır. Kullanılan hammaddelerde ve tasarımlarda da son yıllarda tüketici taleplerine dayalı yenilikler yapılmaktadır. Hızlı değişen moda trendlerine bağlı olarak plastik ürünler yerini doğal ürünlere ve metal ürünlere bırakmakta ve ürünler tasarım odaklı üretilmektedir.

Ev Tekstili Sektörü;

Ev tekstili sektörü performansı artırılmış ürünlere, tasarım kapasitesinin geliştirilmesine ve markalaşmaya ağırlık vermektedir.

Hafif, solmayan, anti bakteriyel, yanmayan, sağlam ürünler performansların artırılması ile geliştirilmektedir. Boya, terbiye, baskı ve benzeri yeni teknoloji ve teknikler ile üçüncü boyutu kazandıran desenlere kadar uygulamalar yapılmaktadır. Tasarım kapasitesi özellikle son yıllarda önemli ölçüde geliştirilmektedir.

Ev tekstili, tekstil sektörü içinde markalaşmayı en ileriye taşımış alt sektör konumundadır. Sektör çok sayıda önemli marka yaratmıştır ve bu markalar bölgesel hakimiyetlerini giderek küresel pazarlara taşımaktadır.

Halı Sektörü;

Halı sektörü de performansı artırılmış ve teknoloji tabanlı ürünlerin geliştirilmesine, tasarım kapasitesinin artırılmasına ve markalaşmaya yönelmiştir.

Sektör teknoloji faaliyetleri ile kokulu, havada oksijen konsantrasyonu sağlayan, ortam havasını temizleyen, tabandaki kimyasalları temizleyen, kötü kokuları barındırmayan, anti bakteriyel, basanların negatif enerjisini boşaltan gibi özelliklere sahip halılar geliştirmekte ve üretmektedir. Yine teknoloji faaliyetleri ile tufting halı, çim halı, nonwoven halı, yüksek çözünürlüklü fotoğraf görselleri taşıyan üç boyutlu halılar geliştirmektedir.

Sektör tasarım kapasitesini de geliştirirken özellikle kültürel ve geleneksel mirası ürünlere aktarmaktadır. Çok sayıda renk ve desen kullanımı gerçekleştirilmektedir. Sektör tüm bu kapasitesine bağlı olarak çok sayıda önemli markayı yaratmış olup bunları dünya pazarlarına taşımaktadır.

2.10. ÜRETİM, TÜKETİM VE İÇ PAZAR BÜYÜKLÜKLERİ

Türk Tekstil sanayinde üretim, tüketim ve iç pazar büyüklükleri alt sektörler itibarıyla ve ayrıntılı olarak incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Alt sektörler

olarak iplik, kumaş, boya ve terbiye, yan sanayi, ev tekstili ve halı sektörlerine yer verilmektedir.

Türk tekstil imalatı sanayi özellikle 1980 yılından sonra ihracata dayalı üretime başlamış ve AB ile kurulan yakın işbirliği sayesinde önemli bir konuma yükselmiştir. AB ile tamamlanan gümrük birliği ile sektörün gelişimi hızlanmıştır.

Türk tekstil imalat sanayi, gümrük birliğinin sağladığı teknik mevzuatlara ve standartlara uyumu, AB başta olmak üzere büyük pazarlara yakınlığı, kalifiye insan kaynağı ve tedarik zincirinin güçlü olması gibi unsurlar ile dünyanın en rekabetçi sektörleri arasında yer almaktadır. Sektör bu gücünü bugün esnek üretim, ürün geliştirme, yenilikçilik, tasarım ve markalaşma yetenekleri ile desteklemektedir.

Bununla birlikte sektör küresel ölçekte artan bir rekabet ile karşı karşıya bulunmaktadır. Bu rekabet dış pazarlarda yaşandığı gibi yurtiçi pazarda da yoğun olarak yaşanmaya devam etmektedir. Küresel pazarlarda rekabet artışına yol açan iki unsur 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren kotasız ticarete geçilmesi, ikincisi ise Çin'in 2007 yılı sonrasında AB pazarına tekstil sektöründe kotasız olarak ihracat yapmaya başlamasıdır.

Çin ve diğer ucuz işçilik avantajına sahip Asya ülkelerinin yarattığı fiyat rekabeti karşısında Türk tekstil imalat sanayi önemli bir rekabet ile karşı karşıya kalmıştır. Bu nedenle fiyatta rekabet etmemizin oldukça güç olduğu Çin ve diğer ucuz üretim avantajına sahip ülkeler karşısında, moda marka ekseni ve katma değeri yüksek ürünler ile rekabet içinde olmanın önemi daha da artmıştır.

2005 sonrasında haksız rekabete yol açan Çin menşeli ucuz ürünlere karşı Türkiye de uluslararası anlaşmalara uygun olarak çeşitli önlemler almaya başlamıştır. Bu önlemler içinde miktar kısıtlamaları, ithalatta gözetim uygulamaları kapsamında kayda alma uygulamaları, haksız rekabetin ortaya çıktığı belirlenen çeşitli ürünlerin ithalatında ise dampainge karşı önlemler uygulanmakta ve yine haksız rekabetin ortaya çıktığı bazı ürünlerin ithalatında ise korunma önlemi olarak ek mali yükümlülükler getirilmektedir.

2.10.1. İplik Sektörü

Elyaf (Lif) en genel tanımıyla, enine kesitine göre boyu çok uzun olan, esnek, eğrilebilir maddelerdir. Tekstil yapılarının temel unsurunu teşkil eden elyaf veya lif, temin edildikleri kaynakların türlerine göre adlandırılırlar. Lifler devamlı (filament) veya devamsız (stapel) olarak da sınıflandırılmaktadır. Her lif kendine has özelliklere göre belirli ürünlerde

kullanılmaktadır. Lifler, uzunluğu, inceliği, düzlüğü, rengi, parlaklığı, nem çekme özelliği, ısı tutma özelliği, buruşma özelliği, kopma dayanıklılığı, sürtünme ve aşınma sağlamlığı, sıcak tutma özelliği, zararlılara karşı dayanıklılığı dikkate alınarak farklı ürünlerin elde edilmesinde tek başlarına veya diğer liflerle karıştırılarak kullanılmaktadır. Doğal lifler özellikle insan sağlığı açısından daha olumlu özelliklere sahip oldukları için tercih edilmekte ayrıca tarımsal girdi olması nedeniyle üretimi ve tüketimi devletlerce desteklenmektedir. Kimyasal liflerin üretimi ise esas olarak kimya sanayinin konusu olmakla birlikte bu alandaki teknolojik yenilikler ile daha yüksek performanslı yeni liflerin geliştirilmesi tekstil sektöründeki değişimi etkilemektedir.

Türkiye iplik sanayi 7,5 milyon iğ ve 600 bini aşan rotor sayısı ile genç sayılabilecek makine parkı ile Avrupa'nın en büyük iplik üretim kapasitesine sahiptir. Avrupa'nın birinci, Dünya'nın üçüncü büyük iplik üreticisidir. Türkiye kısa elyaf ring iplik üretiminde dünyada beşinci, open-end iplikte Çin'in ardından ikinci, ring iplikte dünyanın yedinci büyük kapasitesine sahiptir. Sentetik iplik sektörü de dünyanın sekizinci büyük kapasitesine sahip olup, AB'nin en büyük sentetik iplik kapasitesi Türkiye'de bulunmaktadır. Sermaye yoğun tekstil sektöründe bölgenin en büyük üretim kapasiteleri ülkemizde bulunmaktadır.

Elyaf ve iplik üretiminin yoğunlaştığı iller İstanbul, Bursa, Kahramanmaraş, Gaziantep, Adana, İzmir, Kayseri, Malatya, Tekirdağ, Uşak, Hatay ve Denizli'dir. Türkiye'de üretilen başlıca elyaf ve iplik çeşitleri pamuk, polyester, akrilik ve polipropilendir.

Türkiye kısa elyaf iplik sektöründe dünyada en yüksek üretim teknolojisine sahip ülkeler arasında yer almaktadır. 10 yaşından daha eski olmayan makinelerin, toplam kapasite içerisindeki payı, dünya ortalamasının, ring'de 2,4, open-end'de 2,5 katıdır. Mevcut open-end iplik eğirme makineleri ringlere göre daha modern olmakla beraber %74'ü 1995-2004 model makinelerden oluşmaktadır. Türkiye'de iplik üretim tesisleri GAP ve Marmara bölgesinde yoğunlaşmıştır.

Türkiye'de yün üretimi, koyun sayısındaki azalmadan ve mevcut koyun stokundan yeterince yün üretilmemesinden dolayı düşüş göstermektedir. 1990'da 43 milyonun üzerinde olan koyun sayısı günümüzde 25 milyona kadar gerilemiştir. Buna karşın, Türkiye yünlü iplik sektöründe dünyanın dördüncü büyük yün elyaf kullanıcısı durumundadır.

Pamuk, İpek ve Yün İplikleri	Kilogram
Diğer kullanımlar için taranmamış pamuktan iplikler	9.375.015
Diğer kullanımlar için taranmış pamuktan iplikler	13.950.130
Dokuma kumaşlar için taranmamış pamuktan iplikler	102.888.714
Dokuma kumaşlar için taranmış pamuktan iplikler	204.471.067
İpek iplik ve ipek döküntülerinden elde edilen iplikler	510.763
Kardelenmiş yünden veya kardelenmiş ince hayvan kılından iplikler	19.002.884
Örgü kumaşlar ve çoraplar için taranmamış pamuktan iplikler	238.452.880
Örgü kumaşlar ve çoraplar için taranmış pamuktan iplikler	45.096.668
Pamuk dikiş iplikleri	6.785.262
Pamuk iplikler (perakende satışa hazır) (dikiş ipliği hariç)	237.676.487
Taranmış yünden veya taranmış ince hayvan kılından iplikler	27.816.460
Yün veya ince hayvan kılından iplikler (perakende satışa hazır)	12.804.255
Gipe iplikler, şeritler ve benzerleri, görünür genişliği şönil iplikler; senet iplikler	39.501.719
Toplam	958.332.304

Tablo 26 : Pamuk, İpek ve Yün İplik Üretim Kapasitesi (Eylül 2013)
Kaynak : TOBB Sanayi Envanteri

Türkiye'de sentetik elyaf iplik üretimi ilk kez 1964 yılında başlamıştır. Türk sentetik iplik sektörü 1997 yılından itibaren yeni bir geçiş ve dönüşüm sürecine girmiştir. Bu sürecin en belirgin özelliği, dünyadaki en son teknolojik gelişmeleri bünyesinde toplamak suretiyle kapasite ve çeşitlilik açısından en üst seviyeyi yakalamasıdır. Türkiye sentetik elyaf ve iplik üretim kapasitesinde dünyada 8. sıradadır. Ülkemizdeki sentetik elyaf ve iplik kapasiteleri ve üretim miktarları tablolarda yer almaktadır.

ÜRÜN	2008	2009	2010	2011
Polyester İplik	453.000	453.000	453.000	453.000
Polyester End İplik	21.000	21.000	21.000	21.000
Polyester Elyaf	185.000	185.000	235.000	235.000
Polyamid İplik	39.000	34.000	34.000	40.000
Polyamid End İplik	40.000	40.000	40.000	40.000
Polyamid Elyaf	3.600	3.600	3.600	3.600
Akrilik Elyaf	295.000	308.000	308.000	308.000
Polipropilen İplik	260.000	260.000	263.000	270.000
Polipropilen Elyaf	50.000	51.000	51.000	60.000
Toplam	1.346.600	1.355.600	1.408.600	1.430.600

Tablo 27 : Türkiye Sentetik Elyaf ve İplik Kapasitesi (Ton)
Kaynak : TSE Dergisi

2005 yılında Çin'e uygulanan kotaların kalkmasından sonra dünya tekstil ve hazır giyim pazarlarındaki rekabet koşulları değişmeye başlamıştır. Yeni rekabet koşullarının olumsuz etkileri Türk elyaf ve iplik sektöründe de yoğun olarak hissedilmiştir. Artan girdi maliyetleri, döviz kurunun düşük seyretmesi, Uzak Doğudan gelen ucuz ürünler gibi nedenlerden dolayı sektör sıkıntı yaşamış, bazı firmalar kapanmak zorunda kalmış, bazı firmalar ise üretimlerini girdi maliyetlerinin düşük olduğu ülkelere kaydırmaya başlamışlardır.

ÜRÜN	2008	2009	2010	2011
Polyester İplik	165.000	143.000	170.000	178.447
Polyester End İplik	19.000	12.500	21.000	21.242
Polyester Elyaf	109.000	85.000	182.000	188.983
Polyamid İplik	11.000	9.000	15.000	23.000
Polyamid End İplik	40.000	27.750	35.000	39.000
Polyamid Elyaf	600	600	600	600
Akrilik Elyaf	240.000	260.000	266.000	284.000
Polipropilen İplik	198.000	200.000	203.000	220.000
Polipropilen Elyaf	45.000	47.000	51.000	58.000
Toplam	827.600	784.850	943.000	1.013.272

Tablo 28: Türkiye Sentetik Elyaf ve İplik Üretimi (Ton)
Kaynak: TSE Dergisi

ÜRÜN	2008	2009	2010	2011
Polyester İplik	114.257	102.531	137.003	167.632
Polyester End İplik	9.533	7.803	11.830	18.462
Polyester Elyaf	56.600	62.149	76.993	93.610
Polyamid İplik	27.400	27.275	29.383	25.043
Polyamid End İplik	2.024	2.271	2.705	4.392
Polyamid Elyaf	6.275	5.341	6.502	3.145
Akrilik Elyaf	93.600	81.211	81.319	71.822
Polipropilen İplik	1.250	1.188	2.361	2.144
Polipropilen Elyaf	3.600	2.993	3.416	3.198
Toplam	314.539	290.491	351.512	389.442

Tablo 29: Türkiye Sentetik Elyaf ve İplik İthalatı (Ton)
Kaynak: TSE Dergisi

2.10.2. Dokuma ve Örme Kumaş

İpliklerin düz bir yüzey elde edilecek şekilde bir araya getirilmesiyle dokuma veya örme kumaş elde edilmektedir. Dokuma kumaş elde edilirken çözgü ve atkı adı verilen iki iplik grubu yatay ve dikey olarak birbirinin altından ve üstünden geçirilirken, örme kumaş elde edilmesinde bir (atkı örme) veya birden fazla (çözgü örme) aynı yönde dizili iplik birbirleriyle ilmeklerle tutturulurlar. Dokuma tezgahları atkı atım sistemlerine (mekikçikli, kancalı, hava jetli, su jetli vs.) ve ağızlık açma sistemlerine (eksantrikli, kamlı, armürlü ve jakarlı sistemler) göre sınıflandırılmaktadırlar. Atkılı örme sistemleri ise düz (triko) ve yuvarek örme olarak sınıflandırılmaktadır. Dokuma kumaş daha ince, dayanıklı ve düzgün iken, örme kumaş daha hacimli ve esnekler.

Kumaş sektöründe üretilen kumaşların büyük bir kısmını pamuklu ve suni-sentetik dokuma kumaşlar ile örme kumaşlar oluşturmaktadır. Dokuma kumaşlar ağırlıklı olarak giyim sanayinde ve döşemelikte kullanılmaktadır. Örme kumaşlar ise mefruşatta, perdeler, masa örtüsü, yatak örtüsü ve benzeri alanlarda tüketilmektedir. Yün kumaşların üretimi sınırlı ölçüde yapılmaktadır. Keten, kendir, jütten dokuma kumaşlar ise hammaddelerin yurtiçinden karşılanamaması ve talebin de sınırlı olması nedeniyle çok sınırlı ölçüde üretilmektedir.

Dokuma Kumaş;

Türkiye'de pamuklu dokuma sektörü oldukça yeni bir makine parkına sahiptir. Uluslararası Tekstil Üreticileri Federasyonu (ITMF), makine sevkiyatı verilerine göre, 10 yaşından eski olmayan makine parkının toplam içindeki payı, Türkiye'de dünya ortalamasının iki katıdır. Türkiye, kot kumaşı üretiminde dünya lideridir. Havlu konusunda dünyanın ilk üç tedarikçisinden biridir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin sanayi envanteri verilerine göre 2013 yılı Eylül ayı itibariyle dokuma kumaş üretim kapasitesi 1,56 milyar metrekaaredir.

Kumaş	M ²
İpekten veya ipek döküntülerinden dokuma kumaşlar	1.173.532
Dokuma kumaşlar, ketenden, ağırlığına göre keten içeriği >= %85 olanlar	691.912
Dokuma kumaşlar, pamuktan (giysiler için, tek renk ipliklerden, ağırlığı <= 200 g/m ² olanlar)	95.987.319
Dokuma kumaşlar, pamuktan (ev tekstil ürünleri veya döşemelik tekstil için, tek renk ipliklerden, ağırlığı <= 200 g/m ² olanlar)	171.743.728
Dokuma kumaşlar, pamuktan (teknik veya endüstriyel kullanım için (tbbi gazlı bez, sarğı bezi hariç), tek renk ipliklerden, ağırlığı <= 200 g/m ² olanlar)	7.076.012
Dokuma kumaşlar, pamuktan (gömlek ve bluzlar için, farklı renk ipliklerden, ağırlığı <= 200 gr/m ² olanlar)	58.888.447
Dokuma kumaşlar, pamuktan (giysiler için, tek renk ipliklerden, ağırlığı > 200 gr/m ² olanlar)	95.439.045
Dokuma kumaşlar, pamuktan (ev tekstil ürünleri veya döşemelik tekstil için, tek renk ipliklerden, ağırlığı > 200 gr/m ² olanlar)	302.900.908
Dokuma kumaşlar, pamuktan (teknik veya endüstriyel kullanım için, tek renk ipliklerden, ağırlığı > 200 gr/m ² olanlar)	36.870.794
Dokuma kumaşlar, pamuktan (diğer giyim eşyaları için, farklı renk ipliklerden)	17.903.518
Dokuma kumaşlar, pamuktan (ev tekstil ürünleri veya döşemelik tekstil için, farklı renk ipliklerden)	38.496.536
Dokuma kumaşlar, pamuktan (teknik veya endüstriyel kullanım için, farklı renk ipliklerden)	5.542.617
Dokuma kumaşlar, yüksek dayanırlıkta iplik, şerit veya benzerlerinden elde edilen suni ve sentetik filament ipliklerden (nylon, diğer poliamidler, polyester, suni ipekli kumaşlar dahil)	195.036.373
Dokuma kumaşlar, sentetik filament ipliklerden (yüksek dayanırlıkta iplik, şerit vb.den elde edilen sentetik filament ipliklerden olanlar hariç)	221.261.927
Dokuma kumaşlar, suni filament ipliklerden (yüksek dayanırlıkta ipliklerden elde edilen suni filament ipliklerden olanlar hariç)	108.430.369
Dokuma kumaşlar, sadece veya ağırlıklı olarak pamuk karışımı sentetik devamsız elyaftan (ağırlığına göre söz konusu elyaf içeriği < % 85 olanlar) (farklı renk ipliklerden olanlar hariç)	41.945.711
Dokuma kumaşlar, sadece veya ağırlıklı olarak pamuk karışımı sentetik devamsız elyaftan (ağırlığına göre söz konusu elyaf içeriği < % 85 olanlar) (farklı renk ipliklerden)	101.238.497
Dokuma kumaşlar, suni devamsız elyaftan (farklı renk ipliklerden olanlar hariç)	9.136.107
Dokuma kumaşlar, suni devamsız elyaftan (farklı renk ipliklerden)	26.685.807
Dokunmuş mensucat (suni liften, çözgü iplikli veya atkı iplikli kadife ve pelüş)	8.970.721
Dokunmuş mensucat (pamuklu, iplikli veya atkı iplikli kadife ve pelüş)	13.547.008
Toplam	1.558.966.888

Tablo 30: Dokuma Kumaş Üretim Kapasitesi (Eylül 2013)
Kaynak: TOBB Sanayi Envanteri

Örme Kumaş

Türkiye genelinde faaliyet gösteren yuvarlak örgü imalatçıların toplam sayısının 900 ila 1000 arasında olduğu öngörülmektedir. Bu firmaların yüzde 60'dan fazlası İstanbul'da bulunmaktadır. Diğerleri ise Tekirdağ, Bursa, Kahramanmaraş, İzmir, Gaziantep, Denizli ve Adana başta olmak üzere çeşitli illere dağılmışlardır.

Sektörde firma ölçekleri çok farklıdır; 5 makinesi olan ile 400 makinesi olan firmalar bulunmaktadır. Özellikle son 5-6 yıldır iplik üreticileri ve boyahaneler de örme kumaş imalatında yer almaya başlamışlardır. Bu firmalar parkurlarına 50 ila 200 arasında makineyi bir anda ekleyerek ciddi denebilecek makine kapasitelerine ulaşmışlardır.

TÜİK'in dış ticaret istatistiklerine göre, 1990 yılından 2013'ün Ocak-Ekim dönemine kadar Türkiye'ye 29.213 adet yuvarlak örgü makinesi girişi olmuştur. Aynı dönemde Türkiye'den çıkan makine sayısı ise 5 bin civarındadır.

Bu makinelerin yaklaşık 4 bin civarında bir kısmı eskiyip hurdaya çıkmıştır. Ülke dışına çıkan makinelerin sayısının da 5 bin civarında olduğunu düşünülürse şu anda Türkiye'de 19 bin civarında yuvarlak örgü makinesi olduğu görülmektedir. Türk yuvarlak örgü sektörü her yıl 1400-1500 civarında makine ithal ederek kapasitesini artırmaktadır.

19 bin adet yuvarlak örgü makinesinin günlük kapasitesinin ortalama 300 kg olduğu varsayılarak Türkiye'deki yuvarlak örgü sektörünün günlük kurulu kapasitenin 5.700 ton civarında olduğu öngörülmektedir.

Sektörün yılda 300 gün çalıştığı hesap edilirse bu durumda yıllık kurulu kapasitenin 1,7 milyon ton seviyesinde olduğunu göstermektedir. Ancak bu kurulu kapasite tam olarak kullanılamamaktadır.

Sektörün 2012 yılı itibariyle toplam üretimi 700 bin ton seviyesindedir. Pamuk başta olmak üzere viskon, polyester, yün, akrilik, vb. elyafları kullanarak örülen kumaşların büyük bir kısmı konfeksiyon sektörüne satılmaktadır. Kalan kısmı ise ham ve boyalı kumaş olarak yurtdışına satılmaktadır. Bu ihracatın 2012 itibariyle miktarı 200 bin ton seviyesindedir

Yuvarlak örgü sektörünün merkezi İstanbul'dur. İstanbul'da yaklaşık 450-500 firma faaliyet göstermektedir. İstanbul, Türkiye'deki yuvarlak örgüde faaliyet gösteren firmalarının yüzde 60-65'ini kapsamaktadır.

Örgü sektöründe 55 bin civarında kişi çeşitli

kademelerde istihdam edilmektedir. Bu istihdam içinde mühendislerin sayısı 700, teknisyen sayısı bin 500, usta sayısı 3 bin, makineci ve işçi statüsünde çalışanların sayısı ise 50 bin seviyesindedir.

2.10.3. Tekstil Terbiye

Ham tekstil yüzeyleri ağartma, mercerizasyon, boyama, baskı, apre gibi terbiye işlemlerinden geçirilerek moda ve kullanılacağı yere göre tuş (tutum), renk, parlaklık, nem çekme, buruşmazlık, keçeleşmeme, tutuşmazlık, anti bakteriyel, anti statik, leke tutmama gibi özellikler kazandırılır. Bu süreçteki işlemler ağırlıklı olarak kimyasal özelliktedir ve çevresel açıdan olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Terbiye işlemi kumaşa katma değer katan önemli bir üretim aşamasıdır. 962.000 ton ile Avrupa'nın en büyük kapasitesine sahip Türk tekstil terbiye sanayi özellikle orta kaliteye sahip ürünlerin üretiminde çok geniş bir tecrübeye sahip bulunmaktadır.

Kumaş	Kg
İpek ipliklerin boyanması	856.250
Yünden, ince veya kaba hayvan kılından ve at kılından ipliklerin boyanması	31.297.179
Pamuk ipliklerin boyanması (dikiş iplikleri hariç)	178.756.125
Keten, jüt, diğer tekstil bitki kabuğu liflerinin, bitkisel tekstil elyafının ve kağıt ipliklerinin boyanması	1.931.234
Sentetik filament ipliklerinin boyanması (dikiş ipliği hariç)	208.642.428
Suni filament ipliklerinin boyanması (dikiş ipliği hariç)	6.211.800
Sentetik filament ipliklerinden veya sentetik elyaftan yapılan dokuma kumaşların ağartılması	5.892.250
Sentetik filament ipliklerinden veya sentetik elyaftan yapılmış dokuma kumaşların boyanması	372.258.047
Suni filament ipliklerinden veya suni elyaftan yapılmış dokuma kumaşların boyanması	25.293.205
Sentetik filament ipliklerinden veya sentetik elyaftan yapılmış dokuma kumaşlara baskı yapılması	94.771.732
Sentetik filament ipliklerden veya sentetik elyaftan yapılmış dokuma kumaşların bitirilmesi (ağartma, boyama, baskı hariç)	36.332.226
Suni filament ipliklerden veya suni elyaftan yapılmış dokuma kumaşların bitirilmesi (ağartma, boyama, baskı hariç)	522.720
Toplam	962.765.196

Tablo 31 : Boya Baskı Terbiye Kapasitesi (Eylül 2013)

Kaynak : TOBB Sanayi Envanteri

2.10.4. Ev Tekstili

Türkiye'de ev tekstili sektörü üretim kapasitesi, üretim ve ihracat olarak özellikle 2000'li yılların başından itibaren önemli bir gelişme sürecine girmiş ve tekstil sektörünün en önemli ve rekabetçi alt sektörlerinden biri haline gelmiştir. Ev tekstili üretim kapasitesi ve üretimi ihracat odaklı genişlemekte ve artmaktadır.

Ev tekstili üretiminin yoğunlaştığı başlıca iller Bursa, Denizli, İstanbul, İzmir ve Uşak'tır. Bursa özellikle havlu, tül ve çarşaf üretiminin, Denizli havlu ve çarşaf üretiminin, Uşak battaniye üretiminin, İstanbul ise tül ve çarşaf üretiminin yoğun olduğu illerdir.

Türk ev tekstili sektörü kısa sürede dünyanın en önde gelen oyuncularından biri haline gelmiştir. Türkiye'de birçok ev tekstili firması kendi markasını oluşturmuş, buna bağlı olarak da yurtiçi ve yurtdışında mağaza zincirleri kurmaya başlamışlardır. Sektördeki üreticilerin büyük çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Sektörde bazı ünlü yabancı markaların da lisanslı üretimi yapılmaktadır. Ev tekstilinde brode ve gipür üretimi için kurulan makine parkı, dünyanın en büyük makine parkıdır.

	Üretim Değeri	Satış Değeri
2005	7.154	6.497
2006	8.091	7.758
2007	8.156	7.792
2008	8.228	7.883
2009	8.241	7.865
2010	11.061	9.913
2011	13.557	13.006
2012 (Tahmin)	13.840	13.350

Tablo 32: Ev Tekstili Üretim ve Satış Değerleri (Milyon TL)
Kaynak: Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği'nin Ekonomi Bakanlığı'nın ev tekstili ürün gruplaması temel alınarak yapılan hesaplamalarına göre ev tekstili üretim değeri 2011 yılında 13,56 milyar TL, satış değeri ise 13 milyar TL olmuştur. 2012 yılında bu değerlerin sırası ile 13,84 milyar TL ve 13,35 milyar TL olduğu tahmin edilmektedir. Ev tekstili üretim ve satış olarak önemli bir büyüklüğe ulaşmıştır.

Türkiye ev tekstili sektöründe ihracat önemli bir sürükleyicidir. Yine Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği'nin Ekonomi Bakanlığı'nın ev tekstili ürün gruplaması temel alınarak yapılan hesaplamalarına göre ev tekstili ihracatı ilk kez 2007 yılında 3 milyar dolar seviyesini aşmıştır. Ev tekstili sektörü bu dönemde dünya ortalamasının üzerinde bir ihracat performansı göstermiştir. 2008 yılında başlayan küresel kriz ile gelişmiş ülkelerdeki tüketicilerin zorunlu olmayan mallardaki tüketimlerini büyük ölçüde kısımları pek çok üründe olduğu gibi ev tekstili harcamalarının da azalmasına yol açmış, bu durumdan Türk ev tekstili ihracatı da olumsuz şekilde etkilenmiş ve ihracat 2009 yılında yüzde 23 gerilemiştir. İzleyen üç yılda ise ihracat yeniden toparlanma eğilimindedir ve 2012 yılında 2,9 milyar doları aşmıştır.

	İhracat	İthalat
2004	2.636.278.069	227.391.699
2005	2.885.819.393	273.892.584
2006	2.951.436.822	357.457.043
2007	3.330.015.527	333.785.999
2008	3.351.656.928	326.505.680
2009	2.585.244.333	289.109.452
2010	2.779.758.710	395.387.427
2011	3.126.541.624	537.319.865
2012	2.904.301.449	370.609.724

Tablo 33: Ev Tekstili Dış Ticareti (Dolar)
Kaynak: Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

Türk ev tekstili sektörü hemen hemen tüm alt ürünlerde önemli bir ihracatçı ülke konumundadır. Havlu ve bornozlar, yatak çarşafı, perdeler ve döşemelik kumaş, diğer ev tekstili ürünleri, yatak örtüleri ve diğer mefruşat eşyası ile perdeler ve yatak farbeları en çok ihracatı gerçekleştirilen ürünlerdir.

Ürün Grubu	İhracat	İthalat
Havlu ve Bornozlar	812.573.261	30.198.831
Yatak Çarşafı	497.145.476	15.418.653
Perdelik ve Döşemelik Kumaş	516.629.665	24.004.912
Diğer Ev Tekstili Ürünleri	327.974.726	86.511.549
Yatak Örtüleri ve Diğer Mefruşat Eşyası	182.142.863	17.036.591
Perdeler ve Yatak Farbeları	317.057.277	99.470.488
Tüller ve Dantelalar	88.082.796	8.277.470
Battaniyeler	74.784.910	5.965.618
Yatak, Yorgan ve Uyku Tulumları	49.506.421	80.226.916
Masa Örtüleri	38.280.635	3.461.348
Elişi Duvar Hahları	123.419	37.348
Toplam	2.904.301.449	370.609.724

Tablo 34: Ev Tekstili Ürünleri Dış Ticareti (Dolar) (2012)
Kaynak: Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)

2.10.5. Teknik Tekstil Sektörü

Teknik tekstil ile örme ve dokumanın yanı sıra çeşitli yöntemlerle dokusuz yüzey (tafting yüzeyler, yapıştırmalı yüzeyler, mali yüzeyler ve non-woven yüzeyler) de elde edilebilmektedir. Bazı teknik tekstiller ve yer döşemesinde (halifleks vb.) kullanılan bu tür yüzeylerin elde edilmesi günümüzde tekstil sanayinin gelişen bir kolunu oluşturmaktadır.

Türkiye'de teknik tekstil sektörü son yıllarda gelişme sürecine girmeye başlamıştır. Keçe ve dokusuz yüzeyler alanında son yıllarda yapılan yatırımlarla yeterli üretim kapasitesine sahip olunmuştur. Özellikle son iki yılda büyük miktarda keçe ve dokusuz yüzey makinesi yatırımı yapılmıştır.

Teknik tekstil üretiminde en güçlü olunan ürün grubu bigbag olarak adlandırılan dayanıklı çuvallardır.

Türkiye bu ürün grubunun üretiminde ve ihracatında dünyada Çin'den sonra ikinci sırada yer almaktadır. Bu ürünü, emdirilmiş dokunmamış mensucat, naylon, polyamid, polyseter vb. esaslı iç-dış lastiği mensucatu, plastik emdirilmiş-sıvanmış-kaplanmış mensucat ve kara taşıtları için emniyet kemerleri takip etmektedir. Türk teknik tekstil sektöründe medikal sektörüne yönelik daha yenilikçi ve fonksiyonel ürünlerin de piyasaya sürüldüğü görülmektedir. Sektör ıslak mendil, çocuk bezi, kadın bağı gibi ürünlere yönelik üretim yaparken bu ürünlerin ihracatında da dünyada ön plana çıkmaya başlamıştır.

Teknik tekstil ürünleri ihracatı 2012 yılında 685 milyon dolar olmuştur. Bu çerçevede, sektör ihracatının ilk beş kalemi toplam teknik tekstil ihracatımızın yarısını oluşturmaktadır, ilk on ürün ise yüzde 82'sini oluşturmaktadır. Bu itibarla, sektör ihracatımızda belli bir yoğunlaşma göze çarpmaktadır.

2.10.6. Tekstil ve Konfeksiyon Yan Sanayi

Konfeksiyon Yan Sanayi başlıca Deri, Kumaş, İç Giyim ve Ev Tekstili sektörleri için üretilen, hazır giyim ürünlerine işlevsellik kazandıran ya da bu ürünlerde süsleme amacıyla kullanılan ürünler bütünüdür. Hazır giyimin olmazsa olmazı yan sanayi ürünleri askı (plastik, metal, ahşap), dikiş ipliği, kurdela, lastik, şerit, kordon, dantel, düğme, çit çit, perçin, toka, metal ve plastik aksesuarlar, etiket (karton, deri, dokuma), fermuar çeşitleri, kapitone, tela, elyaf, vatkı gibi günlük hayatta kullanılan ürünlerdir. Konfeksiyon Yan Sanayi hazır giyim yanında sağlık, mobilya, otomotiv, askeriye, ambalaj gibi diğer sektörlerde de üretim yapmaktadır.

Türkiye'de üretim kalitesi ve ürün çeşitliliği itibarıyla gelişmiş bir tekstil ve hazır giyim konfeksiyon yan sanayi sektörü bulunmaktadır. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatında ulaştığı rekabet gücünde en önemli unsurlardan biri bu gelişmiş yan sanayinin varlığıdır.

Tekstil ve konfeksiyon yan sanayi her türlü nitelikte, çeşitte ve kalitede aksesuar ve yan sanayi girdisi üretebilmekte ve tekstil-hazır giyim sanayinin ihtiyaçlarının çok büyük kısmını yurtdışında karşılayabilmektedir.

Türk tekstil ve konfeksiyon yan sanayi astarlık kumaşlar, pamuklu ve suni-sentetik dikiş iplikleri, dokuma giysilerde tela olarak kullanılan nonwoven kumaşlar, fermuar, vatkı ve vatkadan mamul eşyalar, çit çit, kopça, düğme, boncuk, etiket, arma, parça, şerit, motif, kurdele ve pullar gibi yan sanayi ürünlerini üretmektedir. Bu ürünler içerdikleri tasarım

ve yüksek kalite ile tekstil ve hazır giyim sektörlerinin kalite, katma değer ve fiyat artışlarında da önemli ölçüde destek sağlamakta ve rekabet güçlerini yükseltmektedir. Bu ürünlere ilave olarak paketleme ürünleri, askılar ve benzeri gibi taşıma ve sergileme ürünleri de üretilmektedir.

Türk tekstil ve konfeksiyon yan sanayinde başta İstanbul olmak üzere İzmir, Bursa, Denizli, Gaziantep, Düzce, Manisa, Tekirdağ illerinde üretim yapılmaktadır.

Satışlar doğrudan ihracat, ihracatçı firmalara yapılan satışlar (dolaylı ihracat) ve iç piyasaya yapılan satışlar olarak gruplandırılmaktadır. Hazır Giyim sektöründe yan sanayinin toplam maliyeti yüzde 2-10 arasında değişmekte olup, ortalama yüzde 5 olarak hesap edilmektedir.

Türk tekstil ve konfeksiyon yan sanayi hammadde temini, moda ve teknolojinin takibi, doğrudan ihracat gibi konularda başarılı olabilmek için dünya ticaretine entegre çalışmaktadırlar. Ana sanayiindeki tüm gelişmelerden olumlu veya olumsuz etkilenen, fiyat yönünden en önemli rakibi Çin olan sanayi, hacimli ve/veya butik üretim yetenekleri, kalite, konma-konaklama, iletişim ve lojistik avantajlarını kullanarak pazar paylarını geliştirmeye çalışmaktadır.

Türk tekstil ve konfeksiyon yan sanayi 2012 yılında 158 ülkeye 576,7 milyon dolarlık doğrudan ihracat gerçekleştirilmiştir. 86,7 milyon dolarla Rusya'nın önde olduğu ithalatçı ülkeleri Almanya, Mısır, Polonya, İran, Bulgaristan takip etmektedir. İhracat bir önceki yıla göre yüzde 12 artmıştır. 2012 yılında hazır giyim ihracatı 16,1 milyar dolar olmuş, iç piyasaya yapılan üretim ile birlikte bu rakam yaklaşık 40 milyar dolara ulaşmıştır. Yani dolaylı ihracat ve iç piyasaya olan satışların maliyetlerini dikkate alındığında tekstil ve konfeksiyon yan sanayi, toplam yaklaşık 2 milyar dolarlık bir pazara ulaşmıştır. Buna mukabil 2012 yılı ithalatı yarı mamul, hammadde ve bitmiş malları kapsamakta olup toplam 582,8 milyon dolardır. İhracat artarken yan sanayi ürünleri ithalatı bir önceki yıla göre %13 oranında düşmüştür. Yan sanayi ithalatında Çin başı çekmektedir.

Türk tekstil ve konfeksiyon yan sanayinde Askı 10, Düğme- Toka- Metal ve Plastik Aksesuar, transfer ve taş baskıcılar 400, Dar Dokuma ve Örme 500, Etiket 700(matbaalar dahil), Fermuar 120, kapitone 50, Tela-Elyaf-vatkı 20 olmak üzere yaklaşık 1800 küçük ve orta ölçekli işletme faaliyet göstermektedir. İşletmelerin en küçüğünde 15 ve büyüklerinde 250 olmak üzere yaklaşık toplam 65.000 kişi istihdam edilmekte olup, bu sayı; 500 civarında kurumsal bayiler ve hammadde tedarikçileri dikkate alınırsa yaklaşık 70.000 olmaktadır.

Ayrıca bu tahmine 1000 nakış firması ile bunların yaklaşık 10.000 çalışanını da ilave etmek doğru olacaktır.

Türk tekstil ve konfeksiyon yan sanayinde hazır giyim sanayi ile ihracat pazarlarının taleplerini karşılamak ve Markalı Türk Konfeksiyonunun yaratılabilmesi için insana, çevreye ve doğaya uygun teknolojilere yatırımlar yapılmaktadır. Yan Sanayi Sektörü kurulamadığı ve geliştirilemediği için ABD ve Almanya ile entegre olmaya çalışan Meksika ve Polonya'da hazır giyim sanayii istenilen seviyede gelişmemektedir. Bu da yan sanayinin önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Sektörde kapasite kullanım oranları ekim-mart ayları aralığında ortalama yüzde 70 olmakta olup, yılın diğer sürecinde yüzde 40'a kadar düşmektedir. Talebin azalması ve arz fazlalığı nedeniyle oluşan yoğun rekabet sebebiyle karlar da düşmekte, bu da, AR-GE çalışmalarının, tanıtım harcamalarının ve tevsii yatırımlarının önünü kesmektedir.

Sektörde kayıt dışı üretim, Çin'den ithal edilen ucuz ve kalitesiz ürünlerin yarattığı haksız rekabet başlıca sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında çalışma ve vergi müfettişleri ile yerel belediyelerin kayıt altında çalışan işletmelere uyguladığı aşırı ve gereksiz denetim ve cezalar bulunmaktadır. Ağır ve Tehlikeli İşler Yönetmeliği gibi kanun ve yönetmeliklerin sektöre uygulanması sonucunda oluşan gereksiz ve haksız mali külfetler rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. Ayrıca vergiler, enerji ve istihdam gibi girdilerde karşılaşılan yüksek kamu yükleri nedeniyle yutiçinde pahalı üretim olması yurtdışından ithalata yönlendirmekte ve yerli konfeksiyon yan sanayicilerinin kapasitelerinde azalmalara neden olmaktadır.

Ürün çeşitliliği, üretim zorluğu ve döviz kurlarının seviyeleri nedeniyle artan ithalat ve bu ithalatın gümrüklerde yeterince denetlenememesi yerli sanayi için haksız rekabet yaratmaktadır. Sektöre yönelik fuar ve marka teşviklerinin artırılması ile dünya piyasası ile daha iyi entegre olunmasını teminen yurt dışında pazarlama ofisi, mağazalar açmak üzere bir araya gelecek firmaları destekleyici, uluslararası rekabetimizi güçlendirici teşviklerin uygulamaya konulması ihracat olanaklarını artıracaktır.

2.10.7. Halı Sektörü

Çözümlü (arış) iplikleri üstüne ayrı bir desen ipliği ile değişik şekillerde düğüm atılarak, aralarından bir kaç sıra atkı(argaç) ipliği geçirilip sıkıştırılarak aynı yükseklikte veya farklı yüksekliklerde, kabartmalı

olarak kesilmiş, havlı yüzü olan dokumalara "halı" denmektedir. Bu geleneksel üretimin yanı sıra dokuma yöntemiyle ve günümüzde ise dokunarak ya da tafting (düz zemin kumaşına ipliklerin dikilmesi) yoluyla üretilen havlı tekstil yüzeyleri de halı olarak tanımlanmaktadır.

Halı sektörü, el halısı ve makine halısı olmak üzere, üretim teknikleri, yatırım eğilimleri, maliyetleri, tüketici profilleri, kullanım amaçları, pazar yapıları ve sermaye yoğunlukları oldukça farklı olan iki ana grupta incelenmektedir. El halısı, emek-yoğun ve tarihsel-kültürel miras yoluyla gelişen motiflere dayalı bir üretim yapısı sergilerken; makine halısı, sermaye-yoğun ve teknik tekstil kategorisinde ele alınabilecek bir üretim yapısına sahiptir.

Türkiye'de halı sektörü geleneksel üretimine ilave olarak özellikle son on yılda makine halısı üretiminde yarattığı ilerleme ile birlikte Çin ve Belçika'dan sonra dünyanın en büyük üçüncü üreticisi haline gelmiştir.

Halı sektörünün 2012 yılı itibarıyla üretim kapasitesi 400 milyon m²'ye ulaşmıştır. Sanayi yüzde 80 üretim kapasitesi ile çalışmaktadır. Türkiye halı sektörü bu üretim kapasitesi ile dünyada toplam yüzde 11 üretim payına sahip bulunmaktadır.

El halıları Türkiye'nin tarihi ve önemli bir kültürel zenginliğidir. Yüksek katma değeri ve göreceli yüksek birim fiyatları bulunmaktadır. El halıları emek yoğun, el becerisi isteyen, lüks tüketim ürünü olarak görülen pahalı halılardır.

Makine halısı alanında ise Türk halı sektörü özellikle son on yılda önemli bir gelişme göstermiştir. Makine halısında büyük ölçekli, entegre ve modern fabrikalar kurulmuş olup, üretim teknolojisi de sürekli yenilenmektedir.

Halı sektörü yarattığı nitelikli üretim kapasitesi ile hem yurtiçi pazarda hem de ihracat pazarlarında büyümektedir. Sektörün oldukça geniş bir ürün yelpazesi bulunmaktadır. Sektör farklı üretim teknikleriyle müşteriye özel halılar ile geniş bir pazar ve tüketici kitlesine erişebilmektedir. Her pazarın yereline inebilmekte ve ilgili kültüre yönelik üretim yapabilmektedir. Sektörün esnek üretim yapısı önemli avantajlar sağlamaktadır.

Makine halısında önemli ihracat pazarları S.Arabistan, Irak, ABD, Libya ve Almanya'dır. El halısında ise öncelikli pazarlar AB ülkeleri, ABD, Japonya, Çek Cumhuriyeti, Irak ve özellikle Almanya'dır.

Sektörde son yıllarda sürdürülebilir hızlı bir kapasite büyümesi sağlayan yeni yatırımlar yapılmaktadır. Kapasite artışı yanı sıra teknoloji faaliyetleri ve inovasyon çalışmaları ile yenilikçi ve geniş bir ürün

yelpazesi oluşturulmuştur. Tasarım kapasitesi ile birlikte kültürel ve geleneksel mirasın ürünlere aktarılması da hızlı gelişmektedir. Üretim teknolojisi ile birlikte 16 renk kullanma kapasitesine ulaşılmış durumdadır.

2.10.8. Alt Sektörlerde Yatırım Eğilimi

Türk tekstil üretim kapasitesini artırmak ve yenilemek amacıyla yatırımlarına devam etmektedir. Sektör üretim teknolojisinde büyük ölçüde yurtdışına bağımlıdır ve makinelerini ithal etmektedir. Aşağıda yıllar ve alt sektörler itibarıyla ithalat verileri sunulmaktadır. 2011 ve 2012 yıllarında yine önemli ölçüde yapılan makine ithalatı yeni yatırımların varlığını göstermektedir.

Türk tekstil imalat sanayi kısa elyaf (pamuk tipi) eğirme makineleri ithalatında Çin, Hindistan ve Bangladeş'in ardından yüzde 4,4'lük payla (628 bin iğ) dördüncü, uzun elyaf (yün tipi) eğirme makineleri ithalatında yüzde 28,7 payla (32.500 iğ) birinci sırada yer almaktadır. Open-end makineleri ithalatında Çin ve Hindistan'ın ardından yüzde 6,2'lik payla (35 bin rotor) üçüncü sırada, polyester elyaf çekim-tekstüre makineleri ithalatında Çin ve Hindistan'ın ardından yüzde 2,4'lük payla (20 bin iğ) üçüncü sırada, yuvarlak örme makineleri ithalatında ise Çin, Hindistan ve Bangladeş'in ardından yüzde 3,1'lik payla (900 makine) dördüncü sırada yer almaktadır. Elektronik düz örme makineleri ithalatında ise Çin, Bangladeş ve Hong Kong'un ardından yine yüzde 3,1'lik payla (2.000 makine) dört büyük yatırımcı arasında yer almaktadır.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Dokuma Makinaları (Tezgah) ve Parçaları	245	196	61	176	313	410
Elyaf Hazırlama, Sarım (Atkı Sarımı Dahil), Tarak, Tarama, Katlama, Büküm, Bobinleme vb. (İplik Üretimi) Makinaları	676	213	74	220	534	359
Örme, Trikotaj, Dantela vb. Makinaları ve Parçaları	340	240	115	267	387	346
Yıkama, Ağartma, Boyama, Apreleme, Kurutma, Ütüleme, Sarım, Katlama vb. Makinalar ve Parçaları	193	139	71	157	194	218
Endüstriyel Dikiş Makinaları, Parçaları ve İğneleri	138	97	49	94	119	124
Suni ve Sentetik Lif İmal Makineleri	54	43	22	48	59	97
Elyaf Hazırlama ve İplik Üretim Makinalarının, Suni ve Sentetik Lif İmal Makinalarının Parçaları	68	44	39	56	68	54
Elyaf Hazırlama ve İplik Üretim, Suni ve Sentetik Lif İmalatı, Örme ve Dokuma Yardımcı Makinaları	61	32	10	24	34	31
Keçe ve Dokusuz Yüzey Makinaları ve Parçaları	5	26	15	61	76	31
Deri ve Deri Ürünleri Sektörüne İlişkin Makinalar ve Parçaları	31	24	13	21	30	26
Toplam	1.811	1.054	469	1.124	1.814	1.696

Tablo 35: Tekstil Makineleri İthalatı (Milyon Dolar)

Kaynak : TÜİK

2.11. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TEKSTİL SEKTÖRÜNE YAKLAŞIMI VE TÜKİYE-AB İLİŞKİLERİNİN SEKTÖRE ETKİLERİ

2.11.1. Avrupa Birliği'nin Tekstil Sektörüne Yaklaşımı

AB ülkeleri, Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde hem üretim yapmakta, hem de ihracat ve ithalat kapasitesiyle dünyada pazarını yönlendiren en büyük taraf olmayı sürdürmektedir. Bu nedenle bu sektörler AB için halen önem arz etmektedir. AB önemine istinaden, imalat sanayinde yaratılan katma değer in yüzde 3'nü oluşturan bu sektörlerde gelecekte de faaliyetlerini sürdürmeyi hedeflemektedir.

Bu amaçla Avrupa Birliği Tekstil Yüksek İhtisas Komisyonunun son raporunda sektörlere özel 2020 vizyonunda "emek yoğun faaliyetleri azaltacak yüksek verimlilik şartları üzerinde yoğunlaşarak, sektörden elde edilen ciroların ihracata dayalı olarak artırılması" hedefi ortaya konmuştur. Sektörlerde bu vizyon çerçevesinde öne çıkan alt hedefler şu şekilde özetlenmektedir:

1. Değer Zincirinde Uzmanlaşmış Birimlerden Oluşan İşbirlikleri Oluşturulması

Bu kapsamda şirketlerin kendi yapılarına uygun işbirliklerini güvenilir iş planları ve kritik üretim planları ile sağlamaları önerilmektedir. Burada şirketlere bir uyarı da tek bir örneğin kendi uygulamalarına uyum sağlayamayacağı, firmaların

ilişkilerini kendi yapılarına uygun şekilde geliştirmeleri gerektiği doğrultusundadır.

2. Tekstilde Teknoloji ve Yenilikçi Yaklaşımlarla Rekabet Etme

AB Komisyonu sektör vizyonunu belirlerken 2020 yılında da halen işçilik maliyetlerinin Asya ülkelerine oranla çok yüksek olacağını kabul ederek, işçilik anlamında Asya ülkeleri ile rekabet edemeyecekleri gerçeğini kabul etmektedir. Ancak katma değeri yüksek, ileri teknoloji tabanlı ürünlerle dünyadaki gücünü koruyabileceğini savunmaktadır. Tekstilde bu anlamda; tekstil üretiminde yeni teknolojilerin kullanılması, ürüne fonksiyonel özellikler katan yeni lif teknolojilerine yatırım ve kişiye özel üretim teknolojilerine öncelik verilmesi hususları desteklenmektedir.

3. Giyim Sektöründe Teknoloji Tabanlı Yeni Uygulamaların Geliştirilmesi

AB Komisyonu el emeğine dayalı giyim üretiminde emek yoğun faaliyetlerin azaltılması için geliştirilen projelere öncelik vermektedir. Bu kapsamda komisyonun desteklediği önceki projelerde çeşitli kavrama cihazları, taşıyıcı askılar, otomatik yönlendirme cihazları, ayarlanabilir kalıp sehpaları gibi cihazlar geliştirilmiştir. Giyim üretiminde 3 boyutlu simülatörlerin kullanımı, elektronik ticaret ve kişiye özel seri üretim yöntemleri komisyonun öncelikli alanlarıdır. Komisyon özellikle elektronik ortamda kişiye özel giyim satışlarını sağlayacak projelere destek vermiştir. Bu kapsamda teknolojinin hazır olduğu ve uygulamaya bir an önce geçilmesi gerektiği savunulmaktadır. Böylece giyim ticaretinde tüketiciyi memnun edecek yeni bir dönemin başlaması öngörülmektedir.

4. Moda ve Görsellik Açısından Teknolojinin Takibi

Moda sektörü teknolojinin kullanımıyla daha geniş kitlelere ulaşmaktadır. Çeşitli moda kanalları, moda forumları bu sektörü yönlendiren yeni araçlardır. Komisyon bu gelişmelerin takip edilmesini önermektedir.

5. Sınai Mülkiyet Haklarının Korunması

Moda ürünlerin taklit edilmesi markalaşarak satış yapan sektörü önemli ölçüde zarara uğratmaktadır. Tüm dünyada sınai mülkiyet haklarının korunarak ürünlerin taklit edilmesinin önüne geçilmesi komisyonun temel yaklaşımlardan biri olmaktadır.

6. Sektörün İnsan Kaynağı Açısından Olumsuz İmajının Yok Edilmesi

Komisyon AB'nin imalat sanayinde yoluna devam etmesi gerektiğini savunarak buna tekstil ve hazır giyim sektörlerini de dahil etmiştir. Ancak sektörün olumsuz çalışma şartları nedeniyle mavi yakalı anlamında çalışan bulmakta zorluk çektiği, sirkülasyonun fazla olduğu, bu nedenle kalifiye eleman sorunu yaşandığı belirtilmektedir. Ancak komisyon raporunda yeni teknolojilerin sektör için "karanlık şeytani fabrikalar" imajını silinebileceği, iş sirkülasyonunun firmalar üzerinde sosyal standartları düzenleme baskısı oluşturacağı ve eğitim kurumlarının çok uluslu öğrencilere yönelik programlarla sektöre kalifiye eleman sağlayabileceği belirtilmiştir.

7. Çevresel ve Sosyal Standartların Geliştirilmesi

Çevresel ve sosyal standartların geliştirilmesi sektöre kalifiye eleman sağlanmasıyla doğrudan ilgilidir. Tüketicilerin çevre ve insan sağlığına karşı duyarlı olması ürünlerin pazarda tercih edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu iki faktör düşünüldüğünde sürdürülebilir bir imalat sanayi için gerçek anlamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk bilincinin sektörde yaygınlaştırılması komisyonun temel hedeflerinden biridir.

Dünya tekstil ve hazır giyim sektörlerini ve ticaretini yönlendiren AB ülkeleri, bu sanayilerde üretimden vazgeçmemiş, aksine moda, marka, tasarım ve teknolojinin önemli merkezlerinden biri olarak konumlanmıştır. Diğer yandan birlik 2010 yılında yayımladığı 2020 Strateji Belgesinde, "küresel üretim zinciri dünyasında, en rekabetçi girdileri ithal yoluyla elde etmeden, başarılı bir ihracat politikası geliştirilmez" fikri ile ithalata bakışını ortaya koymuştur.

2.11.2. Türkiye-AB İlişkilerinin Sektöre Etkileri

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, AB ile entegrasyonunu en fazla tamamlamış sektörlerden birisidir. Gümrük Birliği ile birlikte, AB'nin sektörel kuruluşları ile ilişkilerin yoğunlaştırılmış olması bunda önemli rol oynamıştır.

Halen Türkiye, AB Tekstil ve Konfeksiyon Üst Örgütü EURATEX, AIUFASS (AB Suni-Sentetik Filament İplik Kullanıcıları Birliği), EATP (AB Tekstil Polyefincileri Birliği), CIRFS (Uluslararası Rayon ve Sentetik Elyaf Komitesi) ve EUROCOTON (AB Pamuklu Sanayicileri Birliği) gibi AB sektör

kuruluşlarında temsil edilmektedir. AB sektörel kuruluşlarına tam üyelik dolayısıyla, sektörler AB'nin sanayi ve sektörel politikalarını izleme ve sektörel menfaatler doğrultusunda yönlendirebilme potansiyeli elde etmiştir.

AB sanayi politikalarında tekstil ve hazır giyim sektörü işçilik maliyetleri nedeniyle öncelikli sektörler arasında yer almadığından, üçüncü ülkelerle ticari ilişkilerde tekstil ve hazır giyim sektörleri açısından olumsuzluk yaratacak tavizler verilmektedir. Diğer yandan AB ile Gümrük Birliği ilişkisi uyarınca, Türkiye, sadece Avrupa Birliği'nin Serbest Ticaret Anlaşması (STA) müzakereleri yürüttüğü ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşması imzalayabilmektedir. Ancak AB ile STA'sı olup da halen Türkiye ile STA imzalamamış Meksika, Güney Afrika Cumhuriyeti, Cezayir gibi ülkeler nedeniyle Türk dış ticareti olumsuz etkilenmektedir.

Dünya tekstil sanayi ve Türkiye'nin konumu bölümünde üretim ve üretici ülkeler, dünya tekstil ticareti ile ihracatçı ve ithalatçı ülkeler ve Türkiye'nin konumu başlıklarına yer verilmektedir.

3.1. ÜRETİM VE ÜRETİCİ ÜLKELER

Dünya tekstil sanayinde üretim ve üretici ülkeler dünya ticaretindeki gelişmeler ile birlikte önemli ölçüde bir dönüşüm içine girmiştir.

Dünya Ticaret Örgütü tarafından 1995 yılında imzalanan ve 2005 sonrası tekstil ve hazır giyim ticaretinin tamamen liberalleşmesini öngören Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşmasını takiben Çin'in 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütüne üye olarak bu anlaşmaya taraf olması dünya tekstil sektöründe yeni bir dönem başlatmıştır.

Bu dönemde özellikle gelişmiş ülkeler, ikili ve bölgesel anlaşmaların imzalanmasına öncelik vermiştir. 2005 yılı ve sonrası, küresel tekstil ticaretindeki en önemli sonuç, rekabetçiliğin imzalanan tercihli ticaret anlaşmalarından etkilenmesidir.

Bu yeni dönemde Çin küresel üretim merkezi haline dönüşmüştür. Yine Çin, ithalatçı ve yatırımcı kimliğini bu dönemde kazanmaya başlamıştır. Gelişen ülkeler içinde Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve Endonezya gibi ülkeler gerek üretim maliyetlerinin düşük olmasının etkisiyle, gerekse önemli ithalatçı ülkelerle imzaladığı tercihli ticaret anlaşmaları ve düzenlemeleri vasıtasıyla önemli üreticiler ve ihracatçılar haline gelmişlerdir. Hindistan sektörde en büyük ikinci üretici olmuştur.

Bu sektörde dünyanın ikinci büyük üreticisi AB ülkeleri ise hem üretimlerini sürdürmekte hem de Çin, Türkiye, Bangladeş, Hindistan gibi üretici ülkelere üretim yaptırarak en büyük alıcı konumlarına devam etmektedirler.

Güney Kore, Tayvan, Japonya ve ABD gibi gelişmiş ülkeler ise teknik tekstil üretimleri ve ihracatları ile sektördeki önemli varlıklarını teknoloji ve yüksek katma değerli üretim odaklı olarak sürdürmektedirler.

Tekstil sektöründe özellikle AB ve ABD gibi büyük pazarlara ve kumaş tedarik eden hazır giyim sektörlerinin üretimin yapıldığı ülkelere yakın olan Mısır, Fas, Tunus, Romanya, Bulgaristan, Sri Lanka, Kamboçya gibi ülkeler de üretici ülkeler olarak yer almaktadırlar.

Aşağıda sunulan Tabloda seçilmiş ülkelerin tekstil sanayilerinin katma değerlerinin toplam imalat sanayileri içindeki payları sunulmaktadır. Böylece tekstil sektörünün ülke sanayisi için önemi ortaya konulmaktadır.

Ülkeler	2005 Pay (%)	2010 Pay (%)
Almanya	1,03	0,85
İngiltere	1,60	1,56
Hollanda	1,73	1,74
Belçika	3,18	2,87
Romanya	3,39	2,39
Bulgaristan	5,84	4,13
Polonya	1,65	1,37
Fransa	1,83	1,32
İtalya	5,18	4,51
Portekiz	6,92	6,17
İspanya	2,05	1,61
Tunus	3,40	3,51
Fas	4,81	4,41
Mısır	4,10	6,54
Hindistan	6,76	5,13
Çin	4,21	4,46
Pakistan	7,16	8,11
Bangladeş	25,3	30,6
Vietnam	3,82	4,04
Sri Lanka	5,44	4,93
Kamboçya	6,62	7,01
Endonezya	7,35	6,46
Güney Kore	2,76	1,88
Tayvan	1,41	0,77
Meksika	2,26	1,96
El Salvador	7,17	7,96
Türkiye	10,31	8,93

Tablo 36 : Tekstil İmalatı Sanayi Katma Değerinin Toplam İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı (%)

Kaynak : UNIDO Statistical Database

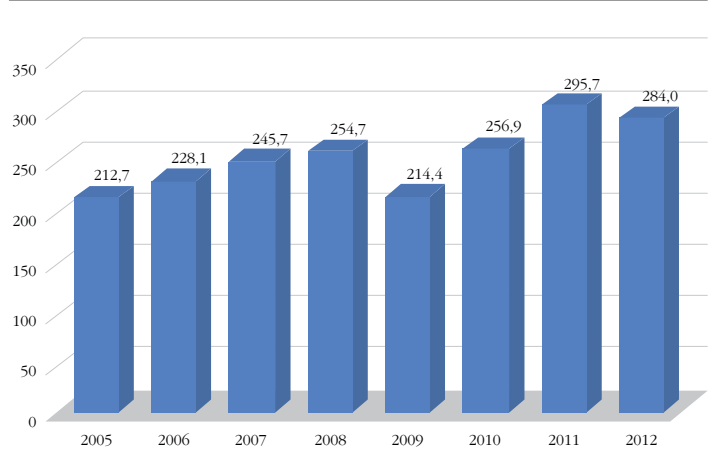
Tekstil sektöründe üretimin maliyetlerin daha uygun olduğu ülkelere kayması eğilimi sürmektedir. Bu nedenle yeni dönemde Çin dahil tehdit olarak gösterilen birçok Asya ülkesinde iç talebin artışıyla yaşanan yapısal sorunlar ve refah düzeyinin artmasıyla işgücünde yaşanan sıkıntılar bu ülkelerin bir tehdit olarak varlıklarının sorgulanmasına neden olmaya başlamıştır. Asya ülkelerinde de işçilik maliyetleri artmıştır. Ucuz işgücüyle üretimin devam etmesinin sürdürülebilir olmadığı görülmüştür. Bu dönemde sektörde rekabetçiliğin sadece ucuz işçilikle sağlanamayacağı, üretimde yetkinliğin, teknoloji ve tasarımda da öncü olmanın önemi ortaya çıkmış, lojistik altyapı ve dağıtım kanallarının etkinliği rekabette öne çıkan unsurlar olmuştur.

Üretim maliyetlerindeki artışla birlikte maliyetleri düşürme konusundaki arayışlar, hammadde tedarikinin önemli bir politika unsuru olarak birçok ülkenin ekonomik gündemine girmesine yol açmıştır. Özellikle 2010 yılında dünya pamuk arzında yaşanan sıkıntılar ülkelerin hammadde tedarik zincirinin güvenliği konusunda daha aktif politikalar izlemesine sebep olmuştur.

2005 sonrası yaşanan gelişmeler neticesinde dünya tekstil sektöründe ticaret, tercihli ticaret anlaşması imzalayan ülkeler arasında yoğunlaşmış, küresel kriz talebi etkileyerek ihracatı sınırlandırmış, sektör ürünlerine yönelik talep gelişmekte olan ülkelerin kendi pazarlarına doğru kaymıştır. Bu dönemde mevcut marka sahiplerinin karşısında alternatif bir marka çıkmadığından dünya ticaretinde alıcı-tedarikçi ilişkileri değişmemiş, sektörde pazar kaymaları sınırlı düzeyde kalmıştır.

3.2. DÜNYA TEKSTİL İMALATI SANAYİ İHRACATI

Dünya tekstil imalatı sanayi ihracatı 2005 yılında 212,5 milyar dolar iken, 2008 yılında 254,7 milyar dolara yükselmiştir. Ancak sektör ihracatı küresel krizden olumsuz etkilenmiş ve 2009 yılında 214,4 milyar dolara gerilemiştir. İhracat izleyen iki yılda yeniden artarak 2011 yılında 295,7 milyar dolara yükselmiştir. Ancak 2012 yılında yüzde 4 gerileyerek 284 milyar dolara olarak gerçekleşmiştir. Tekstil imalatı sanayi ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı ise 2005 yılında bu yana gerileyerek 2012 yılında yüzde 1,59'a düşmüştür.



Grafik 11 : Dünya Tekstil Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)
Kaynak : TÜİK

Tekstil imalatı sanayi ihracatının alt sektörler itibariyle dağılımı değerlendirildiğinde ise 2012 yılı itibariyle en yüksek ihracat 54 milyar dolar ile tekstil ipliklerinde gerçekleşmiştir. Teknik tekstillerin yer aldığı özel iplikler ve dokunmamış mensucat ihracatı ise 46 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Ev tekstilinin oluşturduğu dokumaya elverişli maddelerden diğer hazır eşya ve takımlar ise 45,9 milyar dolar ile üçüncü sıradadır. Dokuma pamuklu ve örme mensucat 2012 yılı ihracatları ise 31,9 ve 29,5 milyar dolardır.

	Dünya Mal İhracatı (Milyar Dolar)	Dünya Tekstil İhracatı (Milyar Dolar)	Dünya Tekstil İhracatı Payı (%)
2005	10.475	212,7	2,03
2006	12.113	228,1	1,88
2007	13.883	245,7	1,77
2008	15.820	254,7	1,61
2009	12.380	214,4	1,73
2010	15.240	256,9	1,69
2011	17.816	295,7	1,66
2012	17.850	284,0	1,59

Tablo 37 : Dünya Tekstil Ürünleri İhracatı ve Dünya Ticareti İçinde Payı
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
65	Tekstil Ürünleri (İplik, Kumaş, Yer Kaplamaları, Hazır Eşya)	212,7	228,1	245,7	254,7	214,4	256,9	295,7	284,0
651	Tekstil İplikleri	40,1	43,6	47,2	46,2	37,0	48,9	56,4	54,0
652	Pamuklu Mensucat	28,8	30,0	29,8	30,5	23,8	28,2	33,0	31,9
653	Sentetik veya Suni Flamentler	32,2	33,5	36,3	37,5	31,5	36,1	42,5	40,7
654	İpek, Yün, Keten vb'den Dokunmuş Mensucat	11,1	11,4	11,9	11,9	8,8	9,8	11,1	11,0
655	Örme Mensucat	19,8	21,7	24,2	24,8	21,8	26,2	30,5	29,5
656	Kordelalar, Etiketler, Armalar, Tüller vb	8,2	9,0	9,5	9,4	7,4	8,7	9,5	9,0
657	Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (Keçe, Votka, Sicim, İp, Teknik Eşya)	29,7	32,2	36,0	39,7	34,0	41,3	47,9	46,0
658	Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takım	31,3	34,2	37,5	40,9	38,3	43,7	49,4	45,9
659	Halılar ve Diğer Yer Kaplamaları	11,4	12,5	13,4	13,9	11,7	14,1	15,5	16,0

Tablo 38 : Alt Sektörler İtibariyle Dünya Tekstil İhracatı (Milyar Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü

3.3. DÜNYA TEKSTİL İHRACATÇILARI VE İTHALATÇILARI

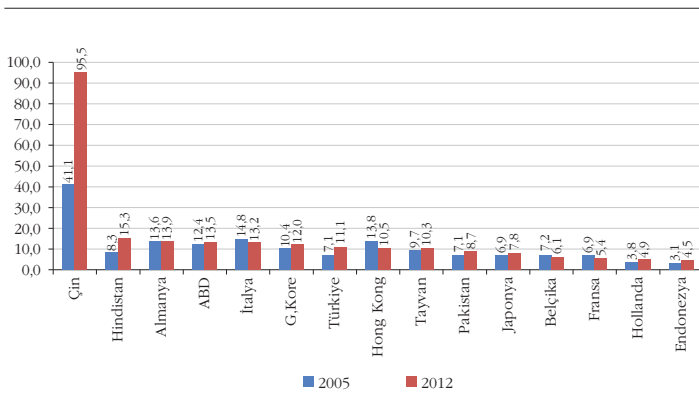
Dünya tekstil imalatı sanayi ticaretinde ihracatçı ve ithalatçı ülkeler bu bölümde incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

3.3.1. Dünya Tekstil İhracatçıları

Dünya tekstil ihracatında ilk 15 sırada yer alan ülkeler 2005 ve 2012 yılları itibarıyla sunulmaktadır. Buna göre 2012 yılında Çin 95,45 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. Hindistan 15,27 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Almanya 13,9, ABD 13,46 ve İtalya 13,6 milyar dolar ile bu iki ülkeyi izlemektedir. Güney Kore teknik tekstil ağırlıklı ihracatı ile altıncı sıradadır. Türkiye ise yedinci sırada yer almaktadır.

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	41.050	1	Çin	95.450
2	İtalya	14.827	2	Hindistan	15.274
3	Hong Kong	13.830	3	Almanya	13.889
4	Almanya	13.631	4	ABD	13.462
5	ABD	12.379	5	İtalya	13.164
6	Güney Kore	10.391	6	Güney Kore	11.970
7	Tayvan	9.706	7	Türkiye	11.086
8	Hindistan	8.331	8	Hong Kong	10.546
9	Belçika	7.189	9	Tayvan	10.293
10	Pakistan	7.087	10	Pakistan	8.705
11	Türkiye	7.076	11	Japonya	7.820
12	Fransa	6.928	12	Belçika	6.060
13	Japonya	6.905	13	Fransa	5.360
14	İngiltere	4.392	14	Hollanda	4.916
15	Hollanda	3.788	15	Endonezya	4.541
	Dünya	212.669		Dünya	284.040

Tablo 39: Dünya Tekstil Ürünleri İhracatında İlk 15 Ülke (Milyon Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı



Grafik 12: Dünya Tekstil İhracatçı Ülkeler (Milyar Dolar)
Kaynak : TÜİK

Tekstil İplikleri (SITC 651) Dünya İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	5.218	1	Çin	11.489
2	Hong Kong	3.536	2	Hindistan	5.306
3	İtalya	3.000	3	ABD	3.355
4	Almanya	2.728	4	Hong Kong	2.873
5	Tayvan	2.307	5	İtalya	2.653
	Dünya	40.150		Dünya	54.210

Pamuklu Mensucat (SITC 652) Dünya İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	6.998	1	Çin	13.229
2	Hong Kong	3.404	2	Pakistan	2.615
3	İtalya	2.862	3	Hong Kong	1.859
4	Pakistan	2.089	4	İtalya	1.718
5	Almanya	1.336	5	Hindistan	1.626
	Dünya	28.785		Dünya	33.900

Sentetik veya Suni Flamentler (SITC 653) Dünya İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	8.045	1	Çin	17.153
2	Güney Kore	2.349	2	G.Kore	2.594
3	Tayvan	2.134	3	Tayvan	2.410
4	İtalya	1.944	4	Japonya	1.905
5	Almanya	1.776	5	Hindistan	1.829
	Dünya	32.176		Dünya	40.700

İpek, Yün Keten vb'den Dokuma (SITC 654) Dünya İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	İtalya	2.609	1	Çin	2.896
2	Çin	1.983	2	İtalya	2.097
3	Almanya	768	3	Almanya	604
4	Japonya	580	4	Japonya	538
5	Hong Kong	568	5	İngiltere	474
	Dünya	11.090		Dünya	11.010

Örme Mensucat (SITC 655) Dünya İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	3.652	1	Çin	11.219
2	Hong Kong	2.902	2	Güney Kore	4.070
3	Güney Kore	2.689	3	Hong Kong	2.460
4	Tayvan	1.867	4	Tayvan	2.440
5	ABD	1.808	5	Türkiye	1.562
	Dünya	19.804		Dünya	29.514

Kordela, Etiket, Arma, Tül vb (SITC 656) İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	1.375	1	Çin	3.097
2	Hong Kong	754	2	Hong Kong	924
3	Güney Kore	666	3	Tayvan	660
4	Fransa	608	4	Güney Kore	443
5	Tayvan	593	5	ABD	442
	Dünya	8.179		Dünya	9.120

Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (Keçe, Votka, Sicim, İp, Teknik Eşya) (SITC 657) İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Almanya	3.682	1	Çin	10.233
2	ABD	3.179	2	Almanya	4.951
3	Çin	2.583	3	ABD	4.298
4	İtalya	2.041	4	İtalya	2.505
5	Tayvan	1.850	5	Japonya	2.087
	Dünya	29.697		Dünya	46.040

Dokuma'ya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takımlar (SITC 658) İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	10.262	1	Çin	23.702
2	Pakistan	3.057	2	Hindistan	3.893
3	Hindistan	2.370	3	Pakistan	3.250
4	Türkiye	1.952	4	Almanya	2.095
5	Almanya	1.257	5	Türkiye	1.906
	Dünya	31.340		Dünya	45.600

Halı ve Diğer Yer Kaplamaları (SITC 659) İhracatı (2005-2012) ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Belçika	2.319	1	Çin	2.431
2	Hindistan	1.051	2	Türkiye	2.019
3	Hollanda	951	3	Belçika	1.862
4	ABD	934	4	Hindistan	1.351
5	Çin	934	5	Hollanda	1.121
	Dünya	11.449		Dünya	16.060

3.3.2. Dünya Tekstil İthalat Pazarları ve Tedarikçileri

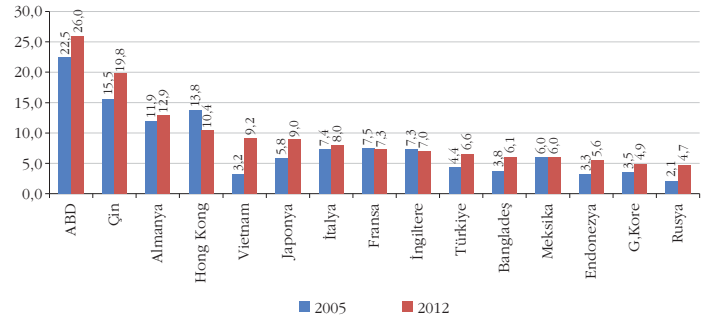
Dünya tekstil ithalatında ilk sırayı 25,96 milyar dolar ile ABD almaktadır. Çin ikinci, Almanya ise üçüncü büyük ithalatçıdır. Hong Kong Çin ile bölge ülkeleri arasında re-export ağırlıklı ithalat yapmaktadır.

Önemli bir hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı haline gelen Vietnam 9,2 milyar dolar ile en büyük beşinci ithalatçı olmuştur. Japonya 9 milyar dolar ile altıncı büyük pazardır. Avrupa'nın sektördeki üç önemli

moda ve marka ülkesi İtalya, Fransa ve İngiltere ise yedinci, sekizinci ve dokuzuncu büyük ithalatçı pazarlardır. Türkiye 6,6 milyar dolar ithalat ile onuncu büyük ithalatçıdır. İlk onun ardından sırası ile Bangladeş, Meksika, Endonezya, Güney Kore ve Rusya gelmektedir.

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	22.538	1	ABD	25.956
2	Çin	15.503	2	Çin	19.810
3	Hong Kong	13.793	3	Almanya	12.903
4	Almanya	11.865	4	Hong Kong	10.364
5	Fransa	7.525	5	Vietnam	9.195
6	İtalya	7.427	6	Japonya	9.013
7	İngiltere	7.300	7	İtalya	8.019
8	Meksika	6.043	8	Fransa	7.291
9	Japonya	5.812	9	İngiltere	6.952
10	İspanya	4.484	10	Türkiye	6.594
11	Türkiye	4.441	11	Bangladeş	6.125
12	Kanada	4.303	12	Meksika	6.003
13	Belçika	4.062	13	Endonezya	5.570
14	Polonya	3.578	14	Güney Kore	4.882
15	Güney Kore	3.541	15	Rusya	4.663
	Dünya	211.110		Dünya	282.150

Tablo 40 : Dünya Tekstil Ürünleri İthalatında İlk 15 Ülke (Milyon Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı



Grafik 13 : Dünya Tekstil İthalatçısı Ülkeler (Milyar Dolar)
Kaynak : TÜİK

En büyük üç ithalatçı ülke ABD, Çin ve Almanya'ya en yüksek ihracat gerçekleştiren tedarikçi ülkelerde aşağıda sunulmaktadır. Buna göre ABD'ye en büyük ihracatçı Çin, sonrasında Hindistan, NAFTA üyesi Meksika ve Kanada ile Pakistan yapmaktadır. Ardından Güney Kore ve Türkiye gelmektedir.

Çin'e en yüksek ihracat ise Japonya, Tayvan ve Güney Kore teknik tekstil ağırlıklı olarak yapmaktadır. Ardından Pakistan, Hindistan ve Vietnam iplik ve kumaş ağırlıklı ihracat yapmaktadır. Almanya'ya en çok ihracat gerçekleştiren ülke Çin, sonrasında İtalya ve üçüncü sırada Türkiye'dir. Pakistan ve Hindistan hariç ilk onda Avrupalı ülkeler ihracatçı olarak yer almaktadır.

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	6.064	1	Çin	10.004
2	Kanada	2.060	2	Hindistan	3.202
3	Hindistan	2.036	3	Meksika	1.615
4	Meksika	1.759	4	Pakistan	1.573
5	Pakistan	1.704	5	Kanada	1.562
6	Güney Kore	1.007	6	Güney Kore	921
7	İtalya	810	7	Türkiye	670
8	Türkiye	723	8	Tayvan	651
9	Tayvan	675	9	İtalya	590
10	Japonya	578	10	Japonya	582
	Dünya	22.538		Dünya	25.956

Tablo 41: ABD'nin Tekstil İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Japonya	3.205	1	Japonya	3.346
2	Tayvan	3.195	2	Tayvan	3.099
3	Güney Kore	2.524	3	Güney Kore	2.323
4	Hong Kong	1.168	4	Pakistan	1.978
5	Pakistan	574	5	Hindistan	1.109
6	ABD	372	6	Vietnam	800
7	İtalya	337	7	ABD	699
8	Tayland	225	8	İtalya	619
9	Endonezya	192	9	Almanya	380
10	Almanya	149	10	Hong Kong	366
	Dünya	15.503		Dünya	19.810

Tablo 42: Çin'in Tekstil İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	İtalya	1.839	1	Çin	2.078
2	Çin	1.031	2	İtalya	1.382
3	Türkiye	830	3	Türkiye	977
4	Belçika	803	4	Hollanda	853
5	Hollanda	753	5	Belçika	699
6	Fransa	665	6	Hindistan	566
7	İsviçre	522	7	Polonya	562
8	Çek Cumhuriyeti	498	8	İsviçre	545
9	Avusturya	447	9	Çek Cumhuriyeti	501
10	Hindistan	424	10	Avusturya	424
	Dünya	11.865		Dünya	12.903

Tablo 43: Almanya'nın Tekstil İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı

Tekstil İplikleri (SITC 651) Dünya İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	4.199	1	Çin	7.664
2	Hong Kong	4.056	2	Hong Kong	3.197
3	ABD	2.696	3	İtalya	3.061
4	İtalya	2.514	4	Türkiye	2.988
5	Almanya	2.252	5	ABD	2.650
	Dünya	38.595		Dünya	53.890

Pamuklu Mensucat (SITC 652) Dünya İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Hong Kong	2.867	1	Bangladeş	2.950
2	Çin	2.246	2	Vietnam	2.450
3	ABD	1.390	3	Çin	1.835
4	İtalya	1.108	4	Hong Kong	1.652
5	Meksika	1.051	5	Endonezya	1.076
	Dünya	24.554		Dünya	31.440

Sentetik veya Suni Flamentler (SITC 653) Dünya İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	3.124	1	Vietnam	3.440
2	Hong Kong	1.651	2	Çin	2.820
3	ABD	1.335	3	ABD	1.343
4	Vietnam	1.329	4	Endonezya	1.163
5	Meksika	1.269	5	Almanya	1.086
	Dünya	27.698		Dünya	40.510

İpek, Yün Keten vb'den Dokuma (SITC 654) Dünya İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	1.078	1	Çin	981
2	ABD	794	2	ABD	635
3	Almanya	723	3	Almanya	608
4	Hong Kong	670	4	İtalya	558
5	İtalya	540	5	Japonya	486
	Dünya	10.314		Dünya	11.040

Örme Mensucat (SITC 655) Dünya İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Hong Kong	2.727	1	Vietnam	2.624
2	Çin	1.878	2	Çin	2.360
3	ABD	1.091	3	Hong Kong	2.185
4	Meksika	925	4	Kamboçya	1.395
5	El Salvador	466	5	Endonezya	1.293
	Dünya	16.000		Dünya	29.405

Kordela, Etiket, Arma, Tül vb (SITC 656) İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	733	1	Vietnam	860
2	Çin	624	2	Çin	629
3	Hong Kong	497	3	ABD	596
4	Meksika	392	4	Hong Kong	554
5	Fransa	305	5	Meksika	372
	Dünya	7.042		Dünya	7.395

Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (Keçe, Vata, Sicim, İp, Teknik Eşya) (SITC 657) İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	2.762	1	ABD	3.992
2	Almanya	2.268	2	Çin	3.095
3	Çin	2.180	3	Almanya	2.583
4	Fransa	1.304	4	Vietnam	1.710
5	Meksika	1.280	5	Meksika	1.679
	Dünya	27.385		Dünya	40.215

Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takımlar (SITC 658) İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	9.594	1	ABD	12.516
2	Almanya	2.511	2	Japonya	3.775
3	Japonya	2.136	3	Almanya	3.570
4	İngiltere	1.761	4	Fransa	2.308
5	Fransa	1.730	5	İngiltere	2.118
	Dünya	29.487		Dünya	45.540

Halı ve Diğer Yer Kaplamaları (SITC 659) İthalatı (2005-2012) ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2005			2012		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	2.142	1	ABD	2.198
2	İngiltere	1.421	2	Almanya	1.192
3	Almanya	1.250	3	İngiltere	1.116
4	Kanada	696	4	Kanada	867
5	Japonya	507	5	Japonya	729
	Dünya	10.893		Dünya	16.100

3.4. TÜRKİYE'NİN KONUMU

Türkiye tekstil imalatı sanayinde alt sektörler itibarıyla Avrupa ve Dünya'da üretim ve ihracat alanında önemli büyüklüklere ve sıralamalara sahip bulunmaktadır.

Üretim itibarıyla değerlendirildiğinde iplik üretiminde Avrupa'da birinci, Dünyada üçüncü sırada yer almaktadır. Kısa elyaf ring ipliği üretiminde Avrupa'da ikinci, Dünyada beşinci sırada bulunmaktadır. Open end iplikte ise Avrupa'da birinci, dünyada ikinci sırada yer almaktadır.

Örme kumaş sektöründe Avrupa'nın en büyük, Dünya'da ise Çin'den sonra ikinci büyük üreticisidir.

Tekstil terbiye alt sektöründe Türkiye Avrupa'nın en büyük, Dünyanın Çin ve Hindistan'dan sonra en büyük üçüncü üretim kapasitesine sahiptir.

Ev tekstilinde Avrupa'nın birinci, Dünyanın dördüncü büyük üreticisidir.

Halı da ise Avrupa'nın ikinci, dünyanın üçüncü üreticisi konumunda bulunmaktadır.

Alt Sektörler	Avrupa'da Sıra	Dünya'da Sıra
İplik	1.	3.
Kısa Elyaf - Ring İpliği	2.	5.
Open - End İplik	1.	2.
Sentetik İplik	4.	8.
Dokuma Kumaş	2.	5.
Örme Kumaş	1.	2.
Tekstil Terbiye Kapasite	1.	3.
Ev Tekstili	1.	4.
Halı	2.	3.

Tablo 44 : Türkiye'nin Üretim İtibarıyla Konumu (2012)
Kaynak : Sektörel Dernekler

Türkiye tekstil ihracatında 2012 yılında 11,09 milyar dolar ihracatı ile dünya tekstil ihracatı içinde yüzde 3,9 pay alırken, ihracatta yedinci sırada yer almaktadır. Türk tekstil ihracatı dünya tekstil ihracatı içindeki payını sınırlı ölçüde ancak kademeli olarak artırmayı başarmaktadır. 2005 yılından bu yana dünya ihracatı içindeki payını 0,57 puan yükseltmiştir.

	Dünya Tekstil İhracatı (Milyar Dolar)	Türkiye Tekstil İhracatı (Milyon Dolar)	Türkiye Tekstil İhracatı Payı (%)
2005	212,7	7.086	3,33
2006	228,1	7.595	3,32
2007	245,7	8.950	3,64
2008	254,7	9.410	3,69
2009	214,4	7.730	3,61
2010	256,9	8.970	3,49
2011	295,7	10.780	3,64
2012	284,0	11.090	3,90

Tablo 45 : Dünya Tekstil İhracatı ve Türkiye'nin Payı
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü



Grafik 14 : Türk Tekstil Ürünleri İhracatının Dünya İhracatı İçindeki Payı (%)
Kaynak : TÜİK

Alt sektörlerin dünya ihracatı içindeki payları değerlendirildiğinde halılar ve diğer yer kaplamaları yüzde 12,62'ye ulaşan payı ile ilk sırada yer almaktadır. Halı sektörü payını 2005 yılından bu yana 6,74 puan artırmayı başarmıştır.

Örme mensucat ürünlerin ihracat payı ise yüzde 5,29'dur. Dünya'da ikinci sıradadır ve payını 2005 yılından bu yana 2,41 puan artırmıştır. Ev tekstili ağırlıklı dokumaya elverişli maddelerden diğer eşyave takımın dünya ihracatı içindeki payı ise yüzde 4,18'dir.

KOD	ÜRÜN AÇIKLAMASI	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
65	Tekstil Ürünleri (İplik. Kumaş. Yer Kaplamaları. Hazır Eşya)	3,33	3,32	3,64	3,69	3,61	3,49	3,64	3,90
651	Tekstil İplikleri	2,52	2,65	2,57	2,68	2,84	2,66	2,98	3,07
652	Pamuklu Mensucat	3,02	2,98	3,89	3,76	3,88	3,59	3,57	3,59
653	Sentetik veya Suni Flamentler	3,41	3,65	3,92	4,19	3,99	3,74	3,63	3,90
654	İpek. Yün. Keten vb'den Dokunmuş Mensucat	1,37	1,31	1,56	1,65	1,52	1,46	1,48	1,45
655	Örme Mensucat	2,88	3,47	4,18	4,56	4,49	4,83	4,86	5,29
656	Kordelalar. Etiketler. Armalar. Tüller vb	4,96	4,06	4,14	4,01	3,36	3,08	3,31	3,88
657	Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (Keçe. Votka. Sicim. İp. Teknik Eşya)	1,16	1,22	1,29	1,23	1,21	1,25	1,43	1,49
658	Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takım	6,24	5,57	5,59	5,10	4,28	4,19	4,30	4,18
659	Halılar ve Diğer Yer Kaplamaları	5,88	5,94	7,47	8,40	9,29	9,06	10,42	12,62

Tablo 46 : Alt Sektör Grupları İtibariyle Türkiye'nin Dünya Tekstil İhracatı İçindeki Payı (%)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü verilerinden hesaplanmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde tekstil imalatı sanayinde temel rekabet unsurları belirlenmekte ve rekabet unsurlarına ilişkin Türkiye için rakipleri ile karşılaştırmalı olarak değerlendirme ve durum tespitleri yapılmaktadır.

4.1. TEMEL REKABET UNSURLARI

Tekstil imalatı sanayinde temel rekabet unsurları, değer zinciri başlıkları altında belirlenmektedir. Hammadde ve girdi tedarikçi, üretim, teknoloji faaliyetleri, pazarlama-satış, finansman-mali yapı ve insan kaynakları ile piyasa ve sektör koşulları değer zincirinin halkalarını oluşturmaktadır. Tekstil imalatı sanayinde temel rekabet unsurları olarak aşağıdakiler belirlenmiştir.

Değer Zinciri	Belirleyici Rekabet Unsurları
Hammadde ve Girdi Tedariki	<ul style="list-style-type: none"> • Uygun Kalitede, Çeşitte, Fiyatta ve Miktarda Pamuk ve Diğer Hammadde Varlığı • Rakipler ile Aynı Fiyat ve Kalitede Yan Mamul ile Yan Sanayi Ürünlerine Erişim
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> • Üretim Maliyetleri <ul style="list-style-type: none"> • İşgücü Maliyetleri • Enerji Maliyetleri • Finansman Maliyetleri • Çevre Maliyetleri • Sürdürülebilir "Yeşil Üretim" • Ürün Standartları • Yerli Üretim Teknolojisine ve Makinelere Sahip Olmak • Üretimde Yatay ve Dikey Entegrasyon
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırma Geliştirme Faaliyetleri • Yüksek Katma Değerli Üretim • Tasarım Koleksiyon ve Moda Kapasitesi
Pazarlama-Satış	<ul style="list-style-type: none"> • Yurtdışı Aktif Pazarlama • Markalaşma ve Markalar ile Yurtdışı ve Yurtdışı Satış • "Made in Türkiye" İmajı • Lojistik Olanaklar • Tanıtım ve Fuar Faaliyetleri • Ticaret Anlaşmaları ve Pazarlara Erişim
Finansman ve Mali Yapı	<ul style="list-style-type: none"> • Sanayi Karlılığı • Türk Lirasının Değeri ve İstikrarı
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> • Nitelikli ve Yetişmiş İşgücü Varlığı ve İstihdamı
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> • Devlet Destekleri • İthalat ve İç Piyasa Gözetimi • Standart ve Laboratuvar Alt Yapısı

Tablo 47: Tekstil İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları

4.2. TEMEL REKABET UNSURLARINA İLİŞKİN DEĞERLENDİRME VE KARŞILAŞTIRMALAR

4.2.1. Hammadde ve Girdi Tedariki

Türkiye coğrafi olarak pamuk yetiştirmeye çok elverişli bir ülke olmasına rağmen pamuk üretimi önemli ölçüde azalmış, pamukta dışa bağımlı hale gelmiş ve üretilen pamuğun toplanma ve işlemeye götürülme aşamasında kalitesi düşmüştür. Tekstil sektöründeki önemli rakiplerimiz Çin, Hindistan ve Pakistan kendine yeter ölçüde pamuk üretimi gerçekleştirmektedir.

Yine önemli bir girdi olan suni ve sentetik elyaf üretiminde de dış rekabetin yarattığı baskı nedeniyle önemli bir üretim kapasitesi kaybı olmuştur. Asya ülkeleri bu alanda düşük üretim maliyetleri avantajlı ara girdi kullanımı avantajına sahip bulunmaktadır.

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Çin	8,0	7,0	6,4	7,4	7,3
Hindistan	4,9	5,0	5,9	6,4	6,1
ABD	2,8	2,7	3,9	3,4	3,8
Pakistan	1,9	2,1	1,9	2,3	2,1
Brezilya	1,2	1,2	2,0	1,9	1,3
Özbekistan	1,0	0,8	0,9	0,9	1,0
Avustralya	0,3	0,4	1,0	0,9	0,9
Türkiye	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6
Diğer	2,8	2,5	2,9	4,0	3,4
Dünya	23,3	22,1	25,4	27,8	26,5

Tablo 48: Dünya Pamuk Üretimi (Milyon Metrik Ton)

Kaynak : ABD Tarım Bakanlığı

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Çin	9,6	10,9	9,6	8,6	8,3
Hindistan	3,9	4,2	4,5	4,3	4,8
Pakistan	2,4	2,4	2,1	2,2	2,4
Türkiye	1,1	1,3	1,3	1,4	1,5
Brezilya	0,9	1,0	1,0	0,9	0,9
Bangladeş	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0
ABD	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8
Diğer	4,4	4,5	4,4	3,7	3,8
Dünya	23,9	25,9	24,5	22,7	23,5

Tablo 49: Dünya Pamuk Tüketimi (Milyon Metrik Ton)

Kaynak : ABD Tarım Bakanlığı

4.2.2. Üretim

Tekstil sektörü sermaye yoğun bir sektör olmakla birlikte işgücü ve enerji maliyetleri uluslararası rekabette belirleyici olmaya devam etmektedir. Tekstil sektörüne ait maliyet kalemleri hammadde (%45), insan kaynakları (%25), enerji (%9), bakım ve onarım (%7), yardımcı madde ve malzemeler (%7) ve diğer giderlerden (%7) oluşmaktadır.

Sektörde uluslararası karşılaştırmalar yapan GHERZI kurumunun 2013 yılı çalışmasına göre tekstil sektöründe işgücü maliyetleri aşağıda sunulmaktadır. Çalışmada Hindistan verisi 100 kabul edilerek diğer ülkelerdeki seviyeler hesaplanmıştır. Buna göre rakip ülkeler ile karşılaştırıldığında Türkiye'de işgücü maliyetleri çok yüksek kalmaktadır.

Ülkeler	2002	2006	2012
Hindistan	100	100	100
Bangladeş	45	44	53
Endonezya	68	84	160
Mısır	100	97	174
Çin	114	92	214
Pakistan	77	63	89
Türkiye	500	565	601
Vietnam	50	47	56

Tablo 50: Seçilmiş Ülkelerde İşgücü Maliyeti Karşılaştırması (Hindistan=100)
Kaynak: Gherzi, Textile Benchmarking Study 2013

Enerji maliyetlerinin karşılaştırmasında ise yine Hindistan verisi 100 alınarak diğer ülkelerin verileri hesaplanmaktadır. Buna göre Türkiye, Hindistan, Pakistan ve Çin ile hemen aynı seviyelerde enerji maliyetlerine sahipken, Mısır, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'e göre daha yüksek enerji maliyetlerine sahip bulunmaktadır.

Ülkeler	2002	2006	2012
Hindistan	100	100	100
Bangladeş	39	67	63
Endonezya	41	63	76
Mısır	34	40	34
Çin	68	85	101
Pakistan	74	65	94
Türkiye	79	84	93
Vietnam	56	65	59

Tablo 51: Seçilmiş Ülkelerde Enerji Maliyeti Karşılaştırması (Hindistan=100)
Kaynak: Gherzi, Textile Benchmarking Study 2013

Sürdürülebilir yeşil üretim bir diğer önemli rekabet unsuru haline gelmektedir. Türkiye AB normlarında üretim yaparak bu alanda avantajlı olmakla birlikte özellikle Asya ülkelerine göre ilave maliyetler yüklenmek durumunda kalmaktadır.

Ürün standartları alanında Türkiye henüz standart koyucu değildir ve bu nedenle konulan standartlara uyum sağlamak durumunda kalmaktadır. Ancak bu koşul diğer gelişen ülkeler için de aynıdır.

Türkiye çok önemli bir tekstil üreticisi olmakla birlikte üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır. Tekstil makineleri sektörü yeterince gelişmemiştir. İtalya ve Çin bu alanda liderlik etmektedir.

Türk tekstil sektörünün rekabette avantajlı olduğu alanlardan biri de üretimdeki ileri yatay ve dikey entegrasyon seviyesidir. Kümelene odaklı olarak değer zincirinin tüm halkalarında yeterli ve rekabetçi oyuncu bulunmaktadır.

4.2.3. Teknoloji Faaliyetleri, Ürün Geliştirme ve Kalite

Tekstil sektöründe araştırma ve geliştirme faaliyetleri henüz yeterli ve ihtiyaç duyulan seviyeye ulaşmamıştır. Buna karşın sektörde tasarım, koleksiyon ve moda kapasitesi her aşamada hızla gelişmektedir. Türk tekstil sektörü Asyalı ve diğer düşük maliyetli üretim ve fiyat avantajına sahip rakipleri karşısında tasarım ve koleksiyon odaklı, daha yüksek katma değerli ürünler üreterek rekabet edebilmektedir.

4.2.4. Pazarlama ve Satış

Yurtdışında aktif pazarlama henüz istenilen seviyeye ulaşmamıştır. Satış faaliyetleri daha çok müşterilerin üreticilere ulaşması ile gerçekleştirilmektedir.

Markalaşma ise sektörün son yıllarda ağırlık vermeye başladığı bir alandır. Kumaş, ev tekstili, yan sanayi ve halıda Türk markaları yerel ve bölgesel niteliklerini güçlendirmektedir.

Markalaşma alanında en önemli ülke olan İtalya ile Türkiye'nin bazı ürünlerinin satış fiyatları aşağıda karşılaştırılmaktadır. İtalya markaları ile çok daha yüksek fiyatlar ile satış yapabilmektedir.

Ürün Kodu	Ürün Açıklama	Türkiye (Kg/Dolar)	İtalya (Kg/Dolar)
540219	Naylon/Diğer Polymamid'den İplik	4,56	7,81
540269	Diğer Sentetik Elyafan İplikler	2,90	8,67
550932	Akrilik İplik	5,16	9,22
520942	Pamuklu Mensucat Denimden	3,44	11,67
600622	Diğer Örme Pamuklu Mensucattan	6,26	20,28
630221	Yatak Çarşafı Pamuklu Baskılı	9,64	23,21

Tablo 52: Türkiye ve İtalya'nın Seçilmiş Tekstil Ürünü Ortalama İhraç Fiyatları (2012)
Kaynak: Trademap, Comtrade

Türkiye bununla birlikte kaliteli, esnek ve giderek artan yüksek katma değerli ürünleri üretmekte olup bunları temsil eden “Made in Türkiye” etiketi ile de rekabet avantajı sağlamaktadır.

Türkiye'nin bir diğer avantajı Avrupa pazarları ile etrafındaki 2-3 saat uçuş mesafesindeki pazarlara olan yakınlığı ve bu pazarlara yönelik olarak sahip olduğu lojistik olanaklardır.

Tanıtım ve fuar faaliyetleri gelişmekle birlikte küresel ve bölgesel ölçekte sektörün temsilcisi olacak büyük ölçekli uluslararası fuarlara ve bunların yapılabileceği fuar alanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Türk tekstil sektörü gümrük birliği ile AB pazarlarına erişim için önemli bir avantaj elde etmiştir. Ancak gümrük birliği yakın ve hedef pazarlara erişimde giderek bir engel haline gelmektedir. Türkiye'nin diğer tüm rakipleri (AB ülkeleri hariç) istedikleri gibi ticaret anlaşmaları yaparak pazarlara erişimde ilave avantajlar sağlayabilmektedir.

4.2.5. Finansman ve Mali Yapı

Türk tekstil sektöründe karlılık önemli bir sorundur. Uluslararası rekabette bir yandan fiyat baskısı diğer yandan maliyetlerde yaşanan artışlar sanayi karlılığını düşürmektedir.

Bu çerçevede Türk Lirasının değeri de rekabette önemli olmaya devam etmektedir. Türk Lirasında değerleme, dalgalanmalar ve istikrarsızlık sektörün rekabetini olumsuz etkilemektedir.

4.2.6. İnsan Kaynakları

Sektörde uzun yılların birikimi ile önemli ölçüde nitelikli yetişmiş işgücü bulunmaktadır. Nitelikli işgücü hemen hemen tüm alt sektörlerde vardır. Ancak sektör yeni işe alımlarda eski cazibesini kaybetmekte olup nitelikli işgücü istihdamında zorlanmaktadır. Ayrıca sektörün değişen rekabet dinamikleri içinde ihtiyaç duyulan yeni nesil insan kaynakları sıkıntısı da yaşanmaktadır. Tasarım, koleksiyon, kalite, uluslararası pazarlama, markalaşma, görsel iletişim, araştırma-geliştirme gibi alanlarda nitelikli işgücü açığı bulunmaktadır.

4.2.7. Piyasa ve Sektör Koşulları

Tekstil sektörü bir dönem ekonomi yönetiminin tercihleri nedeniyle cazibesini kaybetmiş ve sektöre yönelik kamu destekleri azalmıştır. Ancak son iki yıldır sektörün öneminin yeniden kavrandığı

görülmektedir. Bu kapsamda sektör yatırım, ihracat, tasarım, araştırma-geliştirme desteklerinden yararlanır hale gelmiştir. Ancak özellikle Asya ve diğer ülkelerdeki yatırım, üretim ve ihracat aşamasında verilen ve bazen sübvansiyona varan destekler bulunmamaktadır.

İthalat ve iç piyasa gözetimi önemli bir sorundur. Türkiye hemen hemen tüm sanayi ürünlerinde olduğu gibi tekstil hammaddeleri, ara malları ve nihai ürünlerinde de neredeyse açık pazar konumundadır. Standart dışı, kalitesiz, ucuz-dampingli, insan sağlığına zararlı ürünler ithal edilebilmekte, bunlar yurtiçine girebilmektedir. Ayrıca yurtiçinde kayıt dışı üretilen ürünler de haksız rekabet yaratmaktadır.

Standart ve laboratuvar altyapısı da istenilen seviyede değildir. Çok sayıda standarda bağlı olarak test, ölçme ve kalibrasyon işleri çoğunlukla yurtdışı laboratuvarlarda yapılmakta ve bu alanda dışa bağımlılık hem esnekliği ve hızlı hareket etmeyi engellemekte hem de ilave maliyet yaratmaktadır.

Türk tekstil imalat sanayinin SWOT analizi kapsamında sanayinin mevcut güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya bulunulan tehditler ve fırsatlar tespit edilmekte ve değerlendirilmektedir. SWOT analizi değerlendirmeleri sanayinin değer zinciri halkalarına yönelik tespitler olarak gruplandırılmakta ve sunulmaktadır.

5.1. GÜÇLÜ YÖNLER

Hammadde ve Girdi; Türkiye'nin coğrafik olarak pamuk yetiştirmeye elverişli bir ülke olması.

Üretim; Avrupa ülkelerine göre genç ve modern makine parkına sahip olunması, tüm alt sektörlerdeki mevcut üretim kapasitesi, çeşitliliği ve yeterliliği, her ürün grubunda hızlı, esnek, butik ve küçük parti üretim yeteneğinin kazanılmış olması, üretim alanında kazanılmış olan bilgi birikimi ve tecrübe. En önemlisi sektörde doğal kümelenme ile birlikte sağlanmış olan tam entegrasyon; mevcut iplik kapasitesi, gelişmiş boya-terbiye-baskı sektörü ile gelişmiş yan sanayinin varlığı.

Teknoloji Faaliyetleri; Üretimde yüksek kalite seviyesi, daha yüksek katma değerli üretim yapabilme ve bunlara ilave olarak son yıllarda trendlere uygun koleksiyon ve tasarım kapasitesine sahip olunmaya başlanması ile moda ve trend tekstil ürünlerinin üretimi ve markalaşma eğilimi.

Pazarlama ve Satış; Bu alandaki en güçlü yönlerinin başında alınan siparişlerde çok kısa sürelerde hızlı yükleme ve tedarik yeteneğine sahip olunması gelmektedir. Buna ilave olarak taşıma ve ulaştırma alanında yurtiçi ve yurtdışı lojistik olanakları, AB, Rusya, Ortadoğu, Afrika ve Orta Asya pazarlarına (azami 3-4 saat) yakınlık güçlü yönü oluşturmaktadır. Pazara girişte yüksek risk alma iştahı diğer güçlü yöndür.

İnsan Kaynaklar; Uzun yılların yarattığı bilgi ve tecrübe birikimine sahip işgücü varlığı ve her kademede yetişmiş insan gücü çalıştırılması ile yüksek öğrenim kurumlarının ilgili birimlerinin ve eğitim kapasitelerinin varlığı.

Piyasa ve Sektör Koşulları; Sektörü temsil eden çok sayıda sivil toplum örgütünün bulunması ve bu kurumların etkinlikleri.

Değer Zinciri	Güçlü Yönler
Hammadde ve Girdi Tedariki	<ul style="list-style-type: none"> Coğrafi Olarak Pamuk Yetiştirmeye Elverişli Ülke Olunması
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Avrupa Ülkelerine Göre Genç ve Modern Makine Parkı Mevcut Üretim Kapasitesi Hızlı, Esnek ve Butik-Küçük Parti Üretim Yeteneği Geniş Bilgi Birikimi ve Tecrübe Doğal Kümelenme ve Sektörde Tam Entegrasyon
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Katma Değeri Yüksek Üretim Üretimde Yüksek Kalite Seviyesi Trendlere ve Yeniliklere Uygun Özgün Koleksiyon ve Tasarım Kapasitesi Markalaşma Eğilimi Moda ve Trend Tekstil Ürünlerinin Üretimi
Pazarlama-Satış	<ul style="list-style-type: none"> Hızlı Yükleme ve Tedarik Yeteneği Lojistik Olanakları (Taşıma -Ulaşım) AB, Rusya, Afrika, Ortadoğu Türki Cumhuriyetler Gibi Yeni Gelişen Pazarlara Yakınlık Pazarlara Girişte Risk Alma İştahı
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Her Kademede Yetişmiş İnsan Gücü Çalıştırılması Yüksek Öğrenim Kurumlarının Eğitim Kapasitesinin Varlığı
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> Sektörü Temsil Eden Etkin Sivil Toplum Örgütlerinin Varlığı

Tablo 53 : Tekstil İmalatı Sanayinin Güçlü Yönleri

5.2. ZAYIF YÖNLER

Hammadde ve Girdi Tedariki; Pamuk üretiminde yetersizlik, üretimde kalite düşüşü ve pamukta ithalata artan bağımlılık zayıf yönlerin başında gelmektedir. Suni ve sentetik elyaf tedarikinde de yurtdışına bağımlılık bulunmaktadır. Yün kaynağının azalması da diğer bir zayıf yöndür.

Üretim; Yüksek üretim maliyetleri (enerji, işgücü, finansman, vergiler) üretim alanındaki zayıf yönlerin başında gelmektedir. Buna ilave olarak yüksek kıdem tazminatı yükü de bulunmaktadır. İşgücü yüklerinin yüksek olması nedeniyle potansiyelin altında istihdam sağlanmaktadır.

Ürün Geliştirme ve Kalite; Şirketlerin kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri ürün geliştirme ve tasarım faaliyetlerinin doğrudan desteklenmemesi (Turquality ve Marka destek programı hariç), markalaşma için uygulanan Turquality ve Marka destek programı kapsamındaki uygulamaların bürokratik ve gecikmeli olması ve teknik tekstil kullanma eğiliminin sınırlı kalması (bu alandaki yatırımlar büyük ölçekli olup yüksek sermaye ve finansman gerektirmektedir).

Pazarlama ve Satış; Aktif pazarlama ve tanıtımın yeterince yapılmaması ile sanayi için potansiyel ve önem taşıyan Rusya ve benzeri pazarların kendine özgü uygulama ve koşullarının yarattığı kısıtlar ve riskler ve de hedef pazarlara erişimi kolaylaştıracak yeterli serbest ticaret ve benzeri ticaret anlaşmalarının olmaması.

Finansal Göstergeler; Sanayi karlılığının düşük ve geriliyor olması.

İnsan Kaynakları; Sektörde çalıştıracak (düz işçi) yeterli işgücü bulunamaması, buna ilave olarak yeterli yeni nesil insan kaynakları bulunamaması, sanayinin hızla değişen yapısına, artan ve çeşitlenen insan kaynakları ihtiyaçlarına karşın mesleki eğitimin bu değişimi yakalayamaması ve ihtiyaçları yeterince karşılayamaması. Tasarım, pazarlama, yurtdışı mağazacılık, iletişim, moda yönetimi, müşteri ilişkileri ve benzeri gibi yeni nesil insan kaynaklarının (yabancı dil bilen) yeterince bulunamaması ile sanayi ile üniversite işbirliğinin düşük kalması.

Piyasa ve Sektör Koşulları; Geniş bir yelpazeye yayılan devlet destekleri alanında bilgi ve uygulama dağınıklığı nedeniyle işletmelerin yeterince yararlanamaması (bilgisi olmaması) ile aşırı bürokrasi nedeniyle yararlanma isteğinin sınırlanması, AB Gümrük Birliği'nin yarattığı sıkıntılar ile ithalatta ve iç piyasada yetersiz kamu gözetimi ve denetimi.

Değer Zinciri	Zayıf Yönler
Hammadde ve Girdi Tedariki	<ul style="list-style-type: none"> Pamuk Üretiminde Yetersizlik-Üretim Kalitesinde Düşüş, İthalata Bağımlılık Suni ve Sentetik Elyaf Tedarikinde Dışa Bağımlılık Yün Kaynağının Azalması
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Yüksek Üretim Maliyetleri (İşgücü, Enerji, Finansman Vergileri) İşletmeler Üzerindeki Yüksek Kıdem Tazminatı Yükleri
Ürün Geliştirme ve Kalite	<ul style="list-style-type: none"> Şirketlerin Ürün Geliştirme ve Tasarım Desteklerinin Olmaması (Turquality ve Marka Destek Programı Hariç) Markalaşma İçin Uygulanan Turquality ve Marka Destek Programı Kapsamında Uygulamaların Bürokratik ve Gecikmeli Olması Teknik Tekstil Kullanma Eğiliminin Sınırlı Kalması
Pazarlama-Satış	<ul style="list-style-type: none"> Yeterli Aktif Pazarlama ve Tanıtımın Yapılmaması Rusya ve Benzeri Pazarların Kendine Özgü Koşullarının Yarattığı Kısıtlar Hedef Pazarlara Erişim Sağlayacak Yeterli Serbest Ticaret vb Anlaşma Olmaması
Finansal Göstergeler	<ul style="list-style-type: none"> Sanayi Karlılığının Düşük ve Geriliyor Olması
Verimlilik ve İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Mesleki Eğitimin İhtiyaçları Karşılamaması Sektörde Çalıştıracak İşgücü Bulmada Zorluklar Yeni Nesil İnsan Kaynağı Bulunamaması Sektör Üniversite İşbirliğinin Düşük Olması
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> Devlet Destekleri Konusunda Bilgi ve Uygulama Dağınıklığı, Aşırı Bürokrasi AB Gümrük Birliğinin Yarattığı Sıkıntılar İthalatta ve İç Piyasada Yetersiz Kamu Gözetimi ve Denetimi

Tablo 54 : Tekstil İmalatı Sanayinin Zayıf Yönleri

5.3. TEHDİTLER

Üretim; Sanayinin karşı karşıya kaldığı yüksek vergi uygulamalarının ve yine yüksek üretim maliyetlerinin yol açtığı kayıt dışılık ve buna bağlı olarak oluşan kayıt içi-kayıt dışı arası haksız rekabet ortamı, İstanbul'daki üretim tesislerinin yeni şehir planına göre mekansal olarak yeniden yapılanma zorunluluğu, bölgeler arasında uygulanan farklı teşvik uygulamaları ile bölgeler arasında farklı üretim maliyeti yapılarının oluşması ve bunun yaratacağı haksız rekabet ile sektördeki üreticilerin sektörde kalma isteğinin zayıflaması ve sektöre yeni girişlerin sınırlı kalması. Bunlara ilave olarak sanayideki yeni yatırımlar için desteklerin sadece 5. ve 6. Bölge illeri ile sınırlanması ve bu illerde sanayi kültürü, yetişmiş işgücü ve altyapının yetersiz olması. Bu bölgelerde yeterli kümelenme ve yan sanayi olmadığı için yatırımların yeterince rekabetçi olamaması. Sektörde uygulanan farklı KDV oranlarının yarattığı (yüzde 8 ve 18) ilave mali yükler ile yüksek finansman maliyetleri.

Ürün Geliştirme ve Kalite; Yeterli ARGE harcamalarının yapılmaması ile sanayinin daha

yüksek katma değerli üretim yaparak rekabet gücünün arttırmasına olanak sağlayacak markalaşma sürecinin yavaş gelişmesi, markalaşma eğiliminin sınırlı kalması.

Pazarlama ve Satış; Avrupa Birliği'nin üçüncü ülkeler ile yaptığı yeni nesil serbest ticaret anlaşmalarının yarattığı sıkıntılar (üçüncü ülkelerin AB pazarına ve Türk pazarına girişte avantaj sağlaması, Türkiye'nin üçüncü ülke pazarlarına ancak bu ülkeler ile anlaşma yapması halinde girebilmesi). Alternatif ve potansiyel pazarlar olarak görülen bölge ve çevre ülkelerindeki siyasi belirsizlikler ve buna bağlı ortaya çıkan pazar riskleri. En güvenilir müşteri kitlesine sahip Avrupa pazarlarında yaşanan ekonomik sıkıntılar nedeniyle açık hesap çalışma uygulamasının giderek riskli hale gelmesi.

Bunlara ilave olarak aktif pazarlama ve yurtdışına markalı satış için gerekli yüksek finansman ihtiyacı. Bölge ve çevre ülkelere yapılan özel satışların halen ihracat sayılmaması ve bu nedenle şirketlerin ihracat desteklerinden yararlanamaması.

Uluslararası pazarlarda standartların giderek bir teknik engel haline gelmesi ve her ülkenin ayrı standart talep etmeye başlaması.

İnsan Kaynakları; Kamuoyunda sektörün geleceğine ilişkin oluşan olumsuz algılama nedeniyle sektörün işgücü için cazibesinin azalması ve nitelikli işgücünün istihdam edilememesi. Sektörün ihtiyaç duyduğu ve çeşitlenen yeni nesil yetişmiş işgücünü yeterince bulamaması, ilgili meslek okullarından mezunları başka alanlarda okuma ve çalışmayı tercih etmesi ile işgücü kalitesinin (kayıt dışı ile) giderek düşmesi

Piyasa ve Sektör Koşulları; En önemli tehdidi ithalat ve iç piyasa denetimindeki yetersizlik nedeniyle ülkeye giren ve haksız rekabet yaratan ucuz, kalitesiz ve standart dışı ürünler yaratmaktadır. Kamuoyunda sektörün geleceğine ilişkin olumsuz algılama ve buna bağlı anlayış önemli bir tehdidi oluşturmaktadır. Sektörün resmi ve güncellenen bir envanteri bulunmamaktadır. Sektörde fiyat kırmaları bir diğer tehdittir.

5.4. FIRSATLAR

Üretim; yabancı markaların ve alıcıların tedarik aşamasında üreticilerden aradıkları ve talep etikleri ve uluslararası alanda "code of conduct" olarak nitelendirilen iş, çalışma, üretim, kalite ve standart koşullarının önemli bir bölümüne sahip olunması. Çok sayıda üretici ve ihracatçı firmanın bu koşulları karşılaması ve Türkiye'nin rakip ülkeler ile karşılaştırıldığında bu konuda çok ileri olması.

Buna ilave pamuklu üretim tecrübesine bağlı olarak GDO'suz pamuk ve organik pamuk üretimi yapabilmek ve organik moda konsepti potansiyelini kullanabilmek.

Pazarlama ve Satış; hızla büyüyen iç pazar, iç pazarda kalite, marka ve modern perakende algısının yükselmesi ve buna bağlı olarak genişleyen talep önemli bir fırsat oluşturmaktadır.

Çevre ve bölge ülkelerinde artan Türkiye ve Türk malı popülaritesi önemli bir fırsat haline gelmiştir. Çevre ve bölge ülkelerinin hazır giyim tüketimleri ve ihtiyaçları artarken bu ülkelerin ara girdi (iplik/kumaş, yan sanayi vb) ihtiyaçlarını kendi içlerinden karşılamak olanağının sınırlı kalması da önemli bir fırsat yaratmaktadır. Buna bağlı olarak Rusya, Orta Doğu, Afrika, Orta Asya ülkeleri önemli pazar olanakları sunmaktadır.

Mevcut gelişmiş pazarlarda Türk markaları ile genişleme olanağı ile özellikle Avrupalı markaların satın alınması ve Avrupalı üreticiler ile işbirlikleri ve ortaklık fırsatları bulunmaktadır.

Değer Zinciri	Tehditler
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Kayıt Dışı Üretim İle Oluşan Haksız Rekabet Ortamı (Rekabet Gücünü Korumak İçin Kayıt Dışına Kaçış) İstanbul'daki Üretim Tesislerinin Yeni Şehir Planına Göre Mekansal Yeniden Yapılanma Zorunluluğu Örne Kumaş Üretimi Başta Olmak Üzere Dağınık (Verimsiz) Yerleşme Yatırım Teşvikleri İle Bölgeler Arasında Farklı Üretim Maliyetleri Oluşması ve Haksız Rekabet Yeni Yatırımların Sadece 5. ve 6. Bölgelerde Desteklenmesi ve Bu Bölge İllerinde Sanayi Kültürü, Yetişmiş İşgücü ve Altyapı Eksikliği Sektördeki Üreticilerin Sektörde Kalma İsteğinin Zayıflaması, Sektöre Yeni Girişlerin Sınırlı Olması Sektörde Girdi ve Çıktılar Üzerinde Uygulanan Yüzde 8-18 Farklı KDV Uygulamaları Yüksek Finansman Maliyetleri
Ürün Geliştirme ve Kalite	<ul style="list-style-type: none"> ARGE Faaliyetlerinin Sınırlı Kalması Markalaşma Sürecinde Gecikme, Yavaş Eğilim
Pazarlama-Satış	<ul style="list-style-type: none"> AB'nin Yaptığı STA Anlaşmaları Bölge ve Çevre Ülkelerinde Dalgalanmalar, Politik Belirsizlikler Aktif Pazarlama ve Yurtdışına Markalı Satış İçin Yüksek Finansman İhtiyacı Bölge ve Çevre Ülkelere Yapılan Özel Satışların İhracat Sayılmaması ve Bu Nedenle Şirketlerin İhracat Desteklerinden Yararlanamaması Uluslararası Farklı Standart Talepleri
Verimlilik ve İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Sektörün İşgücü İçin Cazibesinin Azalması Nitelikli ve Yetişmiş Yeni Nesil İşgücü Bulunamaması İlgili Meslek Okulu Mezunlarının Başka Alanlarda Okumayı/Çalışmayı Tercih Etmesi İşgücü Kalitesinin Düşmesi, Kalifiye İşçi Bulmada Sıkıntı
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> Kamuoyunda Sektörün Geleceğine İlişkin Olumsuz Algılama Sektör Envanterlerinin Bulunmaması İthalat ve İç Piyasa Gözetiminde Yetersizlik, Ucuz ve Kalitesiz İthal Ürünler İç Piyasada Haksız Rekabet Yaratan Fiyat Kırmaları

Tablo 55 : Tekstil İmalatı Sanayinde Tehditler

Türkiye'nin öncelikle İstanbul, Ankara, güney komşu ülkelere yakın iller ve turizm kentleri olmak üzere bölgesel alışveriş merkezi haline dönüşmesi ve bu konuda bölge ülkelerinden artan talep. Bu fırsata da bağlı olarak bölgesel moda merkezi olunması, moda etkinlikleri ve bölgesel moda eğilimlerinde belirleyici olma.

Son yıllarda ucuz işgücü ile tüm pazarlarda agresif genişleme sağlayan ve rekabet baskısı yaratan Çin'de üretim maliyetlerinin artmaya başlaması, Avrupa ekonomisinin kendi içinde yaşadığı belirsizlikler nedeniyle Avrupalı marka ve alıcıların küçük, sık ve hızlı parti ürün talebinin giderek artması ile Avrupalı alıcıların belirli fiyat marjları ile Türkiye'den daha kaliteli mal alma eğiliminin sürmesi.

Elektronik ortamda her türlü pazara ve alıcıya ulaşabilme olanaklarının artması ve kolaylaşması da diğer önemli bir fırsatı oluşturmaktadır.

Değer Zinciri	Fırsatlar
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> • Uluslararası "Code Of Conduct" Uygulamalarının Karşlanması, Rakip Ülkelere Göre Çok İleri Olunması • Pamuklu Üretim Tecrübesine Bağlı Olarak GDO'suz Pamuk, Organik Pamuk, Organik Moda Konseptleri • Hızlı ve Esnek Üretim Yapısı
Pazarlama-Satış	<ul style="list-style-type: none"> • Hızla Büyüyen İç Pazar: İç Pazarda Kalite, Marka, Modern Perakende Algısının Yükselmesi • Çevre ve Bölge Ülkelerinde Artan Türkiye ve Türk Malı Popülaritesi • Çevre ve Bölge Ülkelerinin Artan Hazır Giyim Tüketimi/İhtiyacı, Bu Ülkelerin Üretimde İhtiyaç Duyulan Ara mamulleri Kendi İçlerinde Karşılama Olanlarının Sınırlı Olması • Rusya/Orta Doğu/Afrika/Türki Cumhuriyetler Pazar Olanakları • Mevcut Gelişmiş Pazarlarda Türk Markaları ile Genişleme Olanakları • Bölgesel Alışveriş Merkezi Olunması, Bölge Ülkelerinden Artan Talep • Bölgesel Moda Merkezi Olunması, Moda Etkinlikleri ve Bölgesel Moda Eğilimlerinde Belirleyici Olma • Çin'de Üretim Maliyetlerinin Artması • Avrupalı Alıcıların Belirli Fiyat Marjları ile Türkiye'den Daha Kaliteli Mal Alma Eğiliminin Sürmesi • Elektronik Ticaret Olanakları

Tablo 56: Tekstil İmalatı Sanayinde Fırsatlar

Çalışmanın ilk beş bölümünde Türk tekstil imalat sanayinin ayrıntılı durum tespiti ve uluslararası karşılaştırmaları yapılmış, sektörün temel rekabet unsurları belirlenmiş ve SWOT analizi ile birlikte güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri ortaya konmuştur. Bu tespit, karşılaştırma ve değerlendirmelere bağlı olarak sektör için stratejiler ve politika önerileri belirlenmiş olup çalışmanın altıncı bölümünde sunulmaktadır.

6.1. STRATEJİK HEDEFLER

Tekstil imalatı sanayi için strateji ve politikalar başlığı altında öncelikle sektörün değer zincirini temel alan 15 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 1, üretim için 4, teknoloji faaliyetleri için 2, pazarlama ve satış için 3, insan kaynakları için 1, piyasa ve sektör koşulları için 4 stratejik hedef belirlenmiştir. Stratejik hedefler aşağıda sunulmaktadır.

6.2. POLİTİKALAR VE UYGULAMA HEDEFLERİ

Belirlenen 15 stratejik hedefe ulaşılmasına yönelik olarak politikalar ve uygulama önerileri hazırlanmış olup aşağıda her bir stratejik hedef başlığı altında sunulmaktadır.

STRATEJİ 1

Yerli Hammadde Kaynaklarının Desteklenmesi ve İthal Bağımlılığının Azaltılması

Tekstil imalatı sanayinde kullanılan ana hammaddeler pamuk ile suni ve sentetik elyaf hammaddelerin yurtiçi üretimi desteklenmelidir.

Pamuk ile İlgili Politikalar

1. Pamuk destekleme primlerinin tespitinde rakip ülke koşulları ve dünya fiyatları göz önüne alınmalıdır. Ayrıca üretimde maliyet düşürücü tedbirler alınmalıdır. Bu çerçevede gübre, mazot, tarımsal sulamada kullanılan elektrik gibi tarımsal girdi fiyatları düşürülmeli, girdiler üzerindeki KDV gibi vergiler makul bir seviyeye çekilmelidir.
2. Havza bazlı destekleme modeli bağlamında pamuk üretiminde daha çok verime sahip olan alanlarda ekimin artırılması için daha yüksek destek sağlanmalıdır.

Değer Zinciri	Stratejik Hedefler
Hammadde ve Girdiler	1. Yerli Hammadde ve Ara Malı Kaynaklarının Desteklenmesi ve İthal Bağımlılığının Azaltılması
Üretim	2. Üretim Maliyetlerinin İyileştirilmesi, Mevcut İşletmelerin Üretim Maliyetlerinin Azaltılması 3. Yatırım Teşviklerinde İyileştirmeler Yapılması 4. Sanayinin Mekansal Yeniden Yapılanması Aşamasında Doğal Kümelenmenin Korunması İle Uygun Seçenek ve Koşulların Sağlanması 5. Kümelenmeye Yönelik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanması
Teknoloji Faaliyetleri	6. Şirketlerin Tasarım, Ürün Geliştirme ve Markalaşma Kapasitelerinin Güçlendirilmesi ve Desteklenmesi 7. ARGE Faaliyetlerinin Genişletilmesi, 5746 Sayılı ARGE Desteklerinin Kullanma Koşullarının İyileştirilmesi
Pazarlama-Satış	8. 2023 Yılında 20 Milyar Dolar İhracat Yapılması 9. Avrupa Birliği İle Bölge ve Çevre Ülkelere İhracatın Tedarikçi Niteliği ve Markalar İle Artırılması; Bu Amaçla İhracat Desteklerinin Geliştirilmesi 10. Bölgesel Moda ve Alışveriş Merkezi Niteliğinin Güçlendirilmesi
İnsan Kaynakları	11. Sektör İçin Nitelikli ve Yeni Nesil İşgücü Yetiştirilmesi ve Sektörde İstihdamın Özendirilmesi
Piyasa ve Sektör Koşulları	12. Kamuoyu Nezdindeki Algının İyileştirilmesi 13. İthalat ve İç Piyasa Gözetiminin Artırılması, Etkinleştirilmesi 14. Test, Ölçme ve Standardizasyon Altyapısının İyileştirilmesi 15. Devlet Desteklerinde ve Uygulamalarda İyileştirmeler Yapılması

Tablo 57: Tekstil İmalatı Sanayi İçin Stratejik Hedefler

3. Tek balya standardizasyonuna geçilmelidir. Destekleme sisteminde tek balya standardizasyonuna geçişi teşvik eden uygulamalara yer verilmelidir.
4. Pamuk üretim ve pazarlama yapısının güçlendirilmesi ve istikrarlı hale getirilmesi için pamukta uzmanlaşmış kooperatif birlikleri olan TARIŞ, ÇUKOBİRLİK ve ANTBİRLİK'in idari ve mali yapıları ile finansman imkanlarında yaşanan sorunların çözümü için politikalar üretilmeli ve gerekli yasal düzenlemeler yapılmalıdır.
5. Üretimin tüketimi karşılayacak seviyeye getirilmesi hedefi için üretimin kalitesinin artırılması yoluyla yerli hammadde kullanımının tercih edilmesi özendirilmelidir. Kalitenin artırılması ve standartlaşmanın sağlanabilmesi için, üretimde homojen tohum kullanılmalı ve destekleme primlerinde kaliteye göre farklılaştırma yapılmalıdır.

6. Pamuk toplama işçiliğindeki yüksek fiyat ve işçi bulmada yaşanan sıkıntıların devam etmesi nedeniyle makineli hasada geçiş zorunlu hale gelmiştir. Tarım arazilerinin toplulaştırılması ve tarım satış kooperatifleri ve birlikleri ile diğer üretici örgütleri makineli hasat konusunda üreticiye öncülük etmeli ve gerekli makine ve ekipmanı sağlamalıdır. Birliklerin bünyesinde makine parkları kurulmalı ve bu yönde birlikler desteklenmelidir.
7. Pamukta destekleme prim ve politikaların, son dönemde olduğu gibi üreticiler tarafından ekim yapılmadan önce haberdar olunması ve ödemelerinin de aynı dönemde yapılması, üretimde önceden belirlilik, istikrar ve üretime teşvik açısından önem arz etmektedir.
8. Pamukta lisanslı depoculuk sistemi yaygınlaştırılmalıdır.
9. GDO'suz Türk pamuğu imajı tüm sektör paydaşlarınca benimsenmelidir.
10. Özellikle gelişmiş ülkelerde organik pamuktan yapılan tekstil ürünlerinin tercih edilmesi sebebiyle, organik pamuk üretimi ayrıca teşvik edilmelidir.

Suni ve Sentetik Elyaf İle İlgili Politikalar

1. İlgili ürünlerin hammaddelerinin üretim olanaklarının genişletilmesi
2. Üreticilerin üretim maliyetleri üzerindeki doğrudan ve dolaylı kamu yüklerinin azaltılması

STRATEJİ 2

Üretim Maliyetlerinin İyileştirilmesi ve Mevcut İşletmelerin Üretim Maliyetlerinin Azaltılması

Politika Önerileri

1. **Mevcut üretim tesislerinin buldukları yerlerde desteklenmesi ve bu amaçla üretim maliyetlerinin düşürülmesi**
 - a. Güvenceli esnek ücret uygulamalarına geçilmesi
 - b. İşveren SSK primi ve vergi indirimi (çalışan sayısına göre artan oranda ve asgari yüzde 10 oranından başlayan indirimler uygulanması-örneğin; 49 kişiye kadar çalışan için % 10 indirim, 50-99 çalışan için % 20 indirim, 100 + çalışan için % 25 indirim)
 - c. İndirimli enerji fiyatı uygulaması
2. **Büyük Şehir Merkezlerinde Kalan Mevcut Üretim Tesislerinin Şehir Çeperlerinde Kurulacak İhtisas Organize Sanayi Bölgelerine Taşınması ve Bu Bölgelerde Üretim Maliyetlerinin Düşürülmesi**

- a. Arazi tahsisleri yapılması ve /veya uzun vadeli düşük bedeller ile kiralama olanaklarının sağlanması
- b. Bina yatırım teşviki (sadece bina yatırım harcamaları için özel yatırım indirimi uygulanması)
- c. Taşınma desteği (taşınacak kapasitelere bağlı olarak 1 milyon TL'ye kadar ilk 2 yılı ödemesiz, 5 yıl vadeli faizsiz kredi ile taşınma harcamalarının (söküm ve taşıma harcamaları) karşılanması)
- d. Güvenceli esnek ücret uygulamalarına geçilmesi
- e. Taşınan firmalar için ilk üç yıl kurumlar vergisi istisnası
- f. Zorunlu istihdam uygulamalarından muafiyet (10 yıl)
- g. İşgücü eğitim desteği; Taşınma ve kurulum sürecinde işe ilk alınacakların 3 ay süre boyunca görecekları eğitim harcamalarının ve iş başı yaptıktan sonraki ilk 6 aylık dönemdeki eğitim harcamalarının kamu tarafından karşılanması (İŞKUR, Yerel Yönetimler, İl Özel İdaresi) (Çıraklık statüsü dışında işe alınanlar için)
- h. İndirimli enerji fiyatı uygulanması
- i. Bırakılan yerdeki kıdem tazminatı yükü sorununun çözülmesi (şirketlere kıdem tazminatı yükünü karşılamak için 5 yıl vadeli faizsiz kredi olanağı sağlanması)

STRATEJİ 3

Yatırım Teşviklerinde İyileştirmeler Yapılması

19 Haziran 2012 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan Yatırımlarda Devlet Yardımları hakkında karar ile 2013 yılsonuna kadar uygulanacak yatırım teşvikleri belirlenmiştir. Bu kapsamda tekstil imalatı sanayi için yatırım teşviklerinde iyileştirmeler yapılması gerekli görülmektedir.

Politika Önerileri

1. Tekstil İmalatı Sanayi İçin Desteklerde Bölge Kapsamının Genişletilmesi

Tekstil imalatı sanayi için tevsî ve modernizasyon yatırımları 3. ve 4. Bölge illerinde, yeni yatırımlar ise sadece 5. ve 6. Bölge illerinde desteklenmektedir. Bu kapsam genişletilmeli; 1. ve 2. Bölge illerinde tevsî ve modernizasyon yatırımları, 3. ve 4. Bölge illerinde ise yeni yatırımlar da destek kapsamına alınmalıdır.

2. Yeni Yatırım Teşvikleri İle İlgili İyileştirme Önerileri

- a. İşgücü teşviklerinden yararlanırken kullanılan işgücü sayısı hesaplama yönteminde makine başı çalışanlara ilave olarak, yaratılan tüm istihdam destek kapsamına alınmalıdır.
 - b. İlk yatırım sonrası yapılacak ilave kapasite yatırımları ilk orijinal teşvik uygulamalarından yararlanabilmelidir.
 - c. Yatırım teşvikleri kapsamındaki yatırımlarda kullanılmış makine veya mevcut diğer tesislerdeki makineler kullanılabilir.
 - d. Vasıfsız işgücünün eğitimi için kapsamlı destek sağlanmalıdır.
 - e. Faaliyete geçiş sonrası yüksek işgücü kayıplarının önlenmesi için özendirici tedbirler alınmalıdır.
 - f. Yer tahsisleri yapılmalı, bina yatırımları karşılanmalı veya katkı sağlanmalıdır.
 - g. Ulaştırma ve taşımacılık alanında oluşacak ilave maliyetler karşılanmalıdır.
 - h. Organize sanayi bölgelerinde eksik altyapılar tamamlanmalı ve işletmelerin alt yapı harcamalarına katılımı asgari düzeyde tutulmalıdır.
 - i. Yeşil Kart uygulaması ve yarattığı sıkıntılar giderilmelidir.
 - j. Teşvik uygulamalarında ve kapatmalarında yoğun bürokrasi azaltılmalı, kapamalar yatırım yerinde yapılabilir.
 - k. Bölgede banka kredilerinin teminatlandırılması, taşınmazlar ile risklerin sigortalanması gibi konularda yaşanan kısıtlar için ilave kamu güvencesi oluşturulmalıdır.
- 3. GİTES Kapsamındaki Yatırımlar İçin 50 Milyon TL Asgari Yatırım Şartının Esnetilmesi**
- Tekstil sektöründe viskon vb gibi ara girdilerin üretimi için yapılacak yatırımların GİTES kapsamında değerlendirilmesi ve aranan 50 milyon TL asgari yatırım şartının indirilmesi.

STRATEJİ 4

İstanbul'da Sanayinin Mekansal Yeniden Yapılanması Aşamasında Kümelenmenin Korunması İle Uygun Seçenek ve Koşulların Sağlanması

Politika Önerileri

1. İstanbul 1/100.000 ölçekli planında sanayinin mekansal olarak yeniden yapılanmasına yol açan kararları yeniden gözden geçirilmeli, sektörlerin özelliklerine göre seçenekler yaratılmalı, atığı olmayan, kirlilik yaratmayan giyim eşyaları imalatı gibi sanayi kolları için muafiyetler ve esneklikler tanınmalıdır.

STRATEJİ 5

Kümelenmeye Yönelik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanması

Politika Önerileri

1. Tekstil imalatı sanayi mevcut üretim yerlerinde ileri derecede kümelenmelere sahip olup, bu kümelerin yarattığı rekabet gücü olanaklarını kullanmaktadır. Buna bağlı olarak yeni yatırımlar için mevcut kümelerin cazibesi öne çıkmaktadır. 5. ve 6. Bölgelerde yeni yatırım teşvikleri ile sağlanan önemli desteklere rağmen kümelenmenin mevcut olmaması sıkıntı yaratmaktadır.

2. Bu nedenle “Sektörel Kümelenme Düzenlemeleri” yapılarak mevcut kümeler içinde yapılacak yeni yatırımlar da devlet yardımlarından ayrıca yararlanabilmelidir.

STRATEJİ 6

Şirketlerin Tasarım Ürün Geliştirme ve Markalaşma Kapasitelerinin Güçlendirilmesi ve Desteklenmesi

Politika Önerileri

Tasarım Desteği Hakkında Tebliğde (2008/2) yer alan destek unsurları

- a. “Türkiye’de faaliyet gösteren ve yurt dışında kendi tescilli markası ile satış yapan şirketlerin”,
- b. “Türkiye’de faaliyet gösteren ve yerli-yabancı markalar için fason üretim yapan/yaptıran şirketlerin”
- c. “Yurt içinde kendi markasıyla satış yapan şirketlerin”

tasarım faaliyetlerin desteklenmesine yönelik olarak yeniden yapılandırılmalı ve bu şirketler de destek kapsamına alınmalı veya destekler ayrıca bir Tebliğ ile düzenlenerek sağlanmalıdır. Bu çerçevede, yeni unsurlarla güçlendirilmiş ve halen var olan destek unsurlarını da içeren bir mekanizmanın (aynı oran ve limitlerle) yukarıda belirtilen şirketler için ivedilikle hayata geçirilmesi gerekmekte olup, özellikle bütçe kısıtlayıcı unsurların dışarıda bırakılmasının sağlanması önem arz etmektedir.

Bu kapsamda “Türkiye’de faaliyet gösteren ve yurtdışında kendi tescilli markası ile satış yapan şirketler” ile “Türkiye’de Faaliyet Gösteren, Yerli ve/veya Yabancı Markalar İçin Fason Üretim Yapan/Yaptıran Şirketler ile “Yurtiçinde kendi markası ile satış yapan şirketlerin” aşağıdaki tasarım faaliyetleri desteklenmelidir;

1. İstihdam edilen tasarımcıların brüt maaş giderleri,
2. İstihdam edilen tasarımcıların yurtdışı eğitim giderleri,
3. İstihdam edilen tasarımcıların yurtdışı fuar/defile/moda haftası ve benzeri etkinliklere katılım giderleri,
4. Modelhane içinde numune üretiminde kullanılacak makine ve ekipman yatırımlarında KDV ve gümrük vergisi istisnası; numune üretim makineleri, bilgisayarlı tasarım ekipmanları, kalite kontrol ekipmanları, modelizm: kalıp ebat setleri,
5. Tasarım faaliyetlerinde ve modelhane içinde kullanılacak yazılımların satın alma ve/veya kiralama giderleri,

6. Tasarım konusunda alınacak yurtiçi ve yurtdışı en az 6 ay süreli danışmanlık hizmetleri giderleri,
7. Marka, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile markaların yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri,
8. Modelhane içinde numune üretiminde kullanılacak yılda en fazla 50.000 ABD Dolar ithal sarf malzemelerinde gümrük vergisi istisnası,
9. Tasarımların yurt dışı pazarlarda tanıtılması amacıyla gerçekleştirecekleri görsel ve yazılı tanıtım giderleri, sergi, bienal, tasarım fuarı, tasarım yarışması katılımları ve organizasyonları ile bu faaliyetlerin tanıtımına ilişkin harcamaları.

STRATEJİ 7

ARGE Faaliyetlerinin Genişletilmesi, 5746 Sayılı ARGE Desteklerinin Kullanma Koşullarının İyileştirilmesi

Politika Önerileri

1. Tekstil imalat sanayinde ortak teknoloji faaliyeti yürütecek ARGE merkezleri sayısının artırılması ve merkezlerin kamu tarafından da desteklenmesi
2. Üniversiteler bünyesindeki mevcut ve kurulacak araştırma enstitülerinde sektör için ARGE mühendisleri ve ARGE uzmanları yetiştirilmesi
3. Teknoloji ve ürün geliştirme alanında her yıl 3 odak proje başlatılması, üç yıl sürecek projelerin finansmanının yüzde 70'nin kamu, kalanının özel sektör tarafından karşılanması
4. Yenilikçi ürünlerin ve yeni buluşların ticarileştirilmesi için kümelenme bölgelerinde teknoloji transfer ofislerinin kurulması
5. Sektörün ihtiyaç duyduğu eksik ürün standartlarının tamamlanması
6. AB ortak teknoloji programlarına katılım ve her yıl beş proje ile çerçeve programlarına başvurulması
7. 5746 sayılı ARGE destekleri kanununda ARGE merkezlerinde en az 50 kişi çalıştırma koşulunun 30'a indirilmesi, Kamu'nun uyguladığı ARGE destekleri kapsamında yapılan ödemelerin daha düzenli ve daha kısa sürede yapılması

STRATEJİ 8

2023 Yılında 20 Milyar Dolar İhracat Yapılması

STRATEJİ 9

Avrupa Birliği ile Bölge ve Çevre Ülkelere İhracatın Tedarikçi Niteliği ve Markalar İle Arttırılması ve Bu Amaçla Desteklerin Geliştirilmesi

Politika Önerileri

1. Yurt dışında markalı, toptan ve perakende satış faaliyetlerinde bulunan şirketlere yönelik destek programlarının geliştirilmesi

Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ'de (2010/6) yer alan destek unsurlarının tekstil sektörünün kullanım şekilleri ve faaliyetleri çerçevesinde yeniden ele alınması ve uygulama sürecinin basitleştirilmesi gerekmektedir. Bu destek kapsamında yer alan şirketlerin zaman içerisinde marka destek programına geçişinin sağlanmasına yönelik bir çalışma başlatılmalıdır.

Turquality ve Marka Destek Programları (2006/4) kapsamında uygulama sürecinin basitleştirilmesi ve bürokratik işlemlerden arındırılması gerekmektedir.

Tekstil sektörüne yönelik olarak sağlanan desteklerin; desteklenen firma sayısı, firma başına destek sınırları ve ayrılan toplam kaynak olarak arttırılması, satış performansına göre farklı destek büyüklükleri uygulanması uygun olacaktır.

2. Yurtdışı Sektörel Pazar Bilgileri İçin Bilgi Bankası Kurulması ve Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Yurtdışı Pazar bilgilerinin sürekli ve güncel olarak tek elden toplanması, düzenlenmesi ve şirketler ile paylaşılması ve kullanılması amacı ile "Pazar Bilgi Bankaları" kurulmalıdır. Bilgi Bankalarının yönetim ve faaliyetlerini sektör paydaşları gerçekleştirmelidir. "Pazar Bilgi Bankalarının" kuruluş ve faaliyetleri desteklenmelidir. Bu amaçla Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ'de (2011/1) halen var olan Pazara Giriş Desteği kullanılabilir. Bu kapsamda yurt dışına yönelik pazara giriş stratejileri ile eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla sektör, ülke, markalı satış vb. pazar araştırması ile veri ve bilgi bankası oluşturulmasına yönelik yapılacak çalışmalar desteklenmelidir. İhracatçıların yurtdışına numune taşımalarında THY belirli bir ağırlığa kadar istisna/destek uygulamalıdır.

3. Eximbank Markalı İhracat Finansman Programı Aşağıdaki Gibi Uygulanmalıdır

Yurtdışına kendi markası ile toptan ve perakende satış yapan şirketler için Eximbank'ın "Markalı İhracat Finansman Programı" aşağıdaki gibi uygulanmalıdır;

- Kredilerin rotatif olarak açılması
- Şirketlerin ihracat taahhüdü ve oluşturduğu teminata göre kredi limiti tahsis edilmesi
- Kredi vadelerinin 360 gün olması ve kredi faizlerinin TL ve dolar cinsi kısa vadeli ihracat kredileri faiz oranlarından 1 puan düşük uygulanması
- Turquality ve marka destek programı kapsamında oluşan alacakların Eximbank tarafından teminat olarak kabul edilmesi

4. İhracat Performansına Dayalı Olarak Belirli Oranda Girdi İthalatında Her Türlü Vergi, Resim, Harç ve Korunma Önleminde Muafiyet Hakkı Tanınması

Geçmiş yıl performanslarına bağlı olarak üretici ihracatçılara ve ihracatçılara, cari yıldaki ihracat hedefi tutarının yüzde 20'si kadar ara girdi ithalatında her türlü vergi, resim, harç ve korunma önlemi muafiyeti hakkı tanınması.

5. Devlet Destekleri Kapsamında Alınan Yardımların Kurumlar Vergisi Matrahından Muaf Tutulması

Devlet yardımları çerçevesinde alınan desteklerin, yapılacak yasal düzenlemeyle istisna kapsamına alınması ve kurumlar vergisi matrahına dahil edilmeyerek, vergi kesintisinin yapılmaması gerekmektedir.

STRATEJİ 10

Bölgesel Moda ve Alışveriş Merkezi Niteliğinin Güçlendirilmesi

Politika Önerileri

- Moda enstitüleri kurulması, bölgesel çaplı ticari uygulamaya yönelik bilgi birikimi oluşturulması, moda alanındaki paydaşlar arası iletişim ve işbirliğinin kurulması ve geliştirilmesi, bölgesel moda yayınlarının çıkarılması ve geliştirilmesi
- Uluslararası nitelikte yurtiçi fuarlar düzenlenmesi, bunlar için uygun fuar alanları yapılması, yurtiçindeki fuarlara katılımların da desteklenmesi
- Bölgesel moda haftası etkinliklerinin gerçekleştirilmesi, moda haftalarına bölgesel katılımın sağlanması, etkinliklerde bir yıl sonrası koleksiyon ve tasarımların sergilenmesi
- Tanıtım ve ticaret amaçlı moda portallarının kurulması ve desteklenmesi, yurtdışı tanıtımlarının yapılması
- Dünya moda merkezlerindeki kurumlar ile işbirlikleri kurulması, ortak etkinlikler gerçekleştirilmesi
- Türk tekstil markalarının bölge ülkelerinde tanıtımı ve bu amaçla uygulanan yurtdışı tanıtım desteklerinin daha yaygın kullanılması

7. Türk tekstil markalarının bilinirliğinin artırılması için uluslararası etkinliklerde (film, spor, eğlence, yarışma vb.) kullanılması ve faaliyetlerin desteklenmesi
8. Alışveriş festivalleri gibi etkinliklerin eğlence-dinlendirici spor kültür vb. etkinlikler ile desteklenerek tüm yıla yayılması "indirim fırsatı" kavramından uzaklaştırılması

STRATEJİ 11

Sektör İçin Nitelikli ve Yeni Nesil İşgücü Yetiştirilmesi ve Sektörde İstihdamın Özendirilmesi

Politika Önerileri

1. Sektörün içinde bulunduğu dönüşüm sürecine uygun olarak orta vadede ihtiyaç duyduğu yeni nesil işgücü planlaması yapılması. Değer zincirinde üretim dışında yer alan ürün geliştirme, tasarım, koleksiyon hazırlama, moda yönetimi, marka yönetimi, etkinlik yönetimi, aktif pazarlama, satış, müşteri ilişkileri, iletişim, portal ve e-ticaret yönetimi, perakende yönetimi, lojistik yönetimi gibi alanlarda ihtiyaçların belirlenmesi
2. Meslek liseleri, meslek yüksek okulları ve üniversiteler ile lisans ve doktora eğitim programlarının yenilenmesi, uygulama ağırlıklı eğitime geçilmesi, yeni nesil işgücü ihtiyacını karşılayacak eğitimler verilmesi
3. İstanbul Moda Akademisi ve benzeri kurumların eğitim katkısının artırılması, uluslararası değişim programları ile yurtdışı eğitimin olanaklarının genişletilmesi, yabancı dil eğitimine ağırlık verilmesi
4. Meslek lisesi mezunlarının sektörde istihdamın özendirilmesi için mezunların aynı yıl istihdamında sosyal sigortalar prim desteği sağlanması
5. Şirketlerin işbaşı eğitim programlarını arttırması, akredite kurumların verdiği eğitim harcamalarının desteklenmesi
6. İŞKUR aktif istihdam desteği kapsamında ihtiyaç duyulan sektörler ile istihdam edilecek/eğitimi açılacak meslek grupları içinde tekstil imalatı sanayinin katılımının artırılması, İŞKUR kanalı ile sağlanan istihdamda ilk 2 yıl tecrübe kazanılana kadar esnek ücret uygulaması sağlanması
7. Esnek ve yarı zamanlı çalışma olanaklarını getirilmesi, yerli ve yabancı nitelikli işgücünün esnek koşullarda istihdamına olanak sağlanması
8. Mesleki yeterlilik belgesine sahip işgücünün öncelikle istihdam edilmesi için özendirici destekler uygulanması

STRATEJİ 12

Kamuoyu Nezdindeki Algının İyileştirilmesi

Politika Önerileri

1. Sektörün Türkiye'nin yüksek döviz kazancı sağlayan sanayilerden biri olduğu, yüksek istihdam ve yüksek kadın işgücü istihdamı yarattığı, ihracatta yüksek küresel pazar payına sahip olduğu, kendi markası ile satış yapan yurtdışı mağazalara sahip olduğu gibi liderlik vasıflarının ön plana çıkarılması ve kamuoyunda tanıtımının yapılması
2. Sektördeki dönüşümün, yüksek katma değerli üretime geçişin, markalaşmanın, modern perakende pazardaki gelişmelerin aşamaları ve bunların yarattığı ilave katma değerini kamuoyu ile düzenli olarak paylaşılması
3. Sektörün turistlerin yurtiçi harcamaları ve alışverişleri için sunduğu seçenek ve olanaklar ile bunun yarattığı ikincil etkilerin sonuçlarının kamuoyu ile paylaşılması
4. Sektörün sorunlarına ilişkin yerli/yabancı araştırma çalışmaları yapılması, sektörde uluslararası deneyimlerin incelenmesi ve özellikle İtalya ve İspanya gibi ülkelerdeki gelişimin örneklendirilmesi
5. Sektördeki gelişmelerinin düzenli ve istişari nitelikte ekonomi yönetimi ile paylaşılması, kamuoyu önünde sektör temsilcileri ve Sivil Toplum Örgütleri yöneticilerinin seçici ve pozitif mesajlar işlemesi, sektörün artıları ile eksileri arasında kamuoyu ile iletişimde denge kurulmasına özen gösterilmesi

STRATEJİ 13

İthalatta ve İç Piyasada Gözetimin Artırılması ve Etkinleştirilmesi

Politika Önerileri

1. Ürün (yerli ve ithal) standartlarının açık ve net olarak konulması
2. Gümrük denetim sürecinin iyileştirilmesi ve etkinleştirilmesi; GTİP numaralarındaki sapmalar ile haksız rekabet yaratan ithalatın önlenmesi, "aynıyet" sisteminin uygulamaya konulması
3. "İthalatta, gözetim ile birlikte Teknik Standartların Konulması" şartının mutlak aranması ve buna göre laboratuvarlarda testler yapılması
4. İç pazar sertifikasyon sistemleri oluşturularak ithal ürünlerden talep edilmesi
5. Gümrüklerde test, ölçme, kalibrasyon alt yapısının güçlendirilmesi, gerektiğinde ihtisas gümrükleri kurulması

6. Bakanlıkların hazırladığı teknik şartnamelerde her yıl yeni ürün bilgilerinin verilmesi, böylece ithalat ve iç pazarda gözetiminde güncel standartların kullanılması
7. Asgari standartların dışında, kalitesiz, merdiven altı üretilen ürünlerin iç piyasada satışının önlenmesi ve bu amaçla iç piyasa denetiminin iyileştirilmesi ve etkinleştirilmesi, etkin cezai müeyyideler uygulanması
8. İç piyasa denetiminin iyileştirilmesi ve etkinleştirilmesi ile etkin cezai müeyyideler uygulanması konusunda özel sektör firmalarının da yetkilendirilmesi ve çalıştırılması

STRATEJİ 14

Standart, Test, Ölçüm ve Akreditasyon Kapasitesinin ve Kalitesinin Geliştirilmesi

Politika Önerileri

1. Yeterli sayıda ve teknoloji kapasitesinde test ve ölçüm merkezleri ile laboratuvarın kurulması
2. KOBİ'lerin test, ölçme, standart uyum harcamalarının kısmen veya tamamen kamu tarafından karşılanması
3. Laboratuvar hizmetlerinin kolay ve ucuza alınabilir seviye getirilmesi
4. Test ve ölçme merkezleri ile laboratuvarların akredite olması, uluslararası kabul görmesinin sağlanması
5. TSE'nin uluslararası kabul gören bir standart kurumu haline dönüştürülmesi; bu amaçla özelleştirme ve özertleştirme dahil tüm seçeneklerin değerlendirilmesi (Ürettiği, üreteceği ve hizmet vereceği diğer kurum ve kuruluşlarla olan ilişkisi dikkate alınarak, TSE her yönü ile yeniden yapılandırılmalıdır. Önemli olan diğer bir konu ise; TSE'nin yurt dışından ithal edilen ürünlere imalat yerinde verdiği "Uygunluk Belgesi" çalışması sonuçları sorgulanmalı, bu konuya ya yeni şekil verilmeli ya da kaldırılmalıdır)
6. Özel sektörde uluslararası kabul görecekt standart ve sertifikasyon firmalarının kurulmasının özendirilmesi ve desteklenmesi
7. İthalatta ve iç piyasada etkin bir test ve ölçme sistemine sahip olunması (yurtdışına bağımlılığın sona erdirilmesi)
8. İhracatta her ülkenin uygulamaya başladığı sertifika talebinin karşılanması için yurtiçi kapasitesinin geliştirilmesi ve firmaların harcamalarının desteklenmesi

STRATEJİ 15

Devlet Desteklerinde ve Uygulamalarda İyileştirmeler Yapılması

Politika Önerileri

1. Devlet yardımları kapsamında sağlanan tüm destekler ile özellikle Turquality ve marka destek programı kapsamındaki ödemelerin daha hızlı ve harcamalar ile birlikte yapılması

Devlet yardımları kapsamında sağlanan tüm destekler ile özellikle Turquality ve Marka destek programı kapsamında yer alan markalara yönelik olarak sağlanan desteklerin daha hızlı ve ödeme belgesinin ibrazından en geç 30 gün içinde yapılması. Tüm destek programlarından daha etkin bir şekilde yararlanılmasına yönelik olarak desteklere ilişkin belgelerin ibrazının ardından, ödemelerin en geç 30 gün içinde yapılması, desteğin yerinde ve zamanında kullanılmasını sağlayacaktır.

2. İthalatta ve iç pazarda tüketici sağlığı korunmasına yönelik önlemler alınması

- a. İthalatta insan ve tüketici sağlığını korumak üzere asgari ürün ve kalite standartları oluşturulması, bunların ek listeler olarak yayınlanması, bu standartlara uyuma yönelik teknik denetimlerin etkinleştirilmesi, denetim için gerekli test vb. laboratuvar altyapısının iyileştirilmesi ve ithalatta haksız rekabetin önlenmesi için referans fiyat dahil gerekli düzenlemelerin yapılması ve uygulanması
- b. İç pazarda tüketici sağlığını gözetken ürün standardı ve kalite denetimlerinin sıklaştırılması ve etkinleştirilmesi
- c. Yerli ve ithal ürünlerin yurtiçi satışlarında ürün kimlik ve tanıtım bilgilerinin zorunlu olması ve bu zorunluluğun denetlenmesi
- d. Tüketicinin bilinçlendirilmesi ve sağlıksız ürünlerin kullanımı ile oluşacak risklerin tanıtımı
- e. İndirim dönemlerinin kurallı hale getirilmesi, dönem, süre ve azami oranların belirlenmesi ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından gözetilmesi

3. Vadeli ithalatlarda KKDF oranının düşürülmesi

- a. Vadeli ithalatta KKDF oranı yüzde 1'e indirilmelidir.
- b. Yurtiçinden temin edilemeyen ve yurtdışından ithal edilmek zorunda kalınan vadeli hammadde ithalatında KKDF oranı sıfırlanmalıdır.
- c. Serbest bölgelerden yapılan peşin ithalatlarda KKDF uygulanmamalıdır.

4. Türkiye'de üretilmeyen malların ithalatında veya ihracat amaçlı ithalatlarda KKDF alınmaması

Türkiye'de Üretilmeyen Hammadde ve Ara Mamul Malların İthalatında (ihracat veya yurtiçi satış amaçlı üretimde kullanılan) KKDF Alınmaması ve kati ithalat ile getirilen ara mamullerin yurtiçinden alınarak ihracat amaçlı üretimde kullanılması halinde KKDF iadesi yapılması

5. Özel fatura kapsamında gerçekleştirilen ihracatın, resmi ihracat rakamlarına dahil edilebilmesi

Sektörün ihracat performansında önemli ağırlığı bulunan özel faturalı ihracatın resmi ihracat istatistiklerinde yer alması amacıyla gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

6. Sektördeki farklı KDV uygulamalarının giderilmesi

Sektörde mevcut yüzde 8 ve yüzde 18 oranlarındaki farklı KDV uygulamalarının giderilmesi ve tüm girdi ve çıktılar için tek bir KDV oranı uygulanması.

7. Kamu ihalelerinde uygulanan yerli malı tarifinin değiştirilmesi

Kamu ihalelerinde uygulanan yerli malı tarifi değiştirilmeli ve yüzde 51 yerli katma değer koşulu aranmalıdır.

2. Tasarım

- Tasarım Kapasitesi Kurulması İhtiyacı
- Tasarım Kapasitesinin Planlanması ve Yönetimi
- Tasarım Kapasitesinin Oluşturulması
- Tasarımların Ticarileştirilmesi

3. Pazarlama

- Alıcıların ve Müşterinin Bulunduğu Noktada Pazarlama ve Doğrudan Satış
- Yeni Pazarlama Yönetimi ve Pazarlama Takımları Kurulması
- Aktif Pazarlama Alt Yapısının Kurulması
- Yeni Pazarlama Kanalları Kurulması
- İşletme Kapasitesinin Arttırılması

4. Markalaşma

- İşletmelerde Anlayış Değişimi ve Uzun Vadeli Stratejik Planlama Yapılması
- Markalaşma ve Markanın Konumlandırması
- Marka Kimliğinin Belirlenmesi ve Yönetimi
- Markalaşma ile Yeni Satış Kanallarının Seçimi ve Yönetimi

6.3. FİRMALARA ÖNERİLER

Tekstil imalatı sanayinde faaliyet gösteren şirketler yeni rekabet koşullarına uyum sağlamak ve rekabet güçlerini koruyarak artırmak için kendi içlerinde de dönüşüm sağlamalı ve bu amaçla dönüşüm stratejileri uygulamalıdır. Şirketlerin uygulayacakları dönüşüm stratejileri dört alandan oluşmaktadır. Bunlar sırası ile Üretim, Tasarım, Pazarlama ve Markalaşma alanlarıdır.

1. Üretim

- Esnek ve Küçük Parti Üretim Modellerinin Uygulanması ve Dönüşüm
- Yalın Üretim Modellerinin Uygulanması
- Üretimde Yenilikçilik ve Yaratıcılık Yaklaşımının Benimsenmesi
- İleri Üretim Teknolojisi Kullanımı
- Ürün Standartlarına Uyum
- Kalite Standartlarına Uyum



ISBN 978-605-137-334-8

ISBN 978-605-137-333-1 (Elektronik)