

İŞLETMELER REKORLARLA DEĞİL, VARLIKLARINI SÜRDÜRME ÇIĞLIKLARIYLA GÜNDEME GELİYOR

Tekstil ve hazır giyimimin ayakta kalma savaşı



Türkiye’de ihracat ve istihdamın lokomotif sektörlerinin başına gelen hazır giyim ve konfeksiyon, bu günlerde rekorlarla değil işletmelerin ayakta kalma, varlıklarını sürdürme çığlıklarıyla gündeme geliyor. Bu yıl Nisan ayının ardından Temmuz ayında ihracatta yaşanan daralma, alarm zilleri çaldırdı.

Giderek artan maliyetler ve enflasyon baskısı karşısında döviz kuru seviyesini yetersiz bulan sektör temsilcileri, fiyat tutturamamanın dışarıda yıllarca verilen emekle kazanılan pazarları kaybetme, içeride ise işsizlik ve beraberinde getireceği sorunlara gebe olduğu görüşünde. Devletin önlem alması isteniyor. Türkiye’nin hazır giyim ihracatı Temmuz ayında 1 milyar 554 milyon 72 bin dolar olarak gerçekleşti.

**SELİN TEKİN’İN HABERİ
SAYFA 7’DE**



İŞLETMELER REKORLARLA DEĞİL, VARLIKLARINI SÜRDÜRME ÇIĞLIKLARIYLA GÜNDEME GELİYOR

Tekstil ve hazır giyimim ayakta kalma savaşı

Türkiye'de ihracat ve istihdamın lokomotif sektörlerinin başına gelen hazır giyim ve konfeksiyon, bu günlerde rekorlarla değil işletmelerin ayakta kalma, varlıklarını sürdürme çığlıklarıyla gündeme geliyor. Bu yıl Nisan ayının ardından Temmuz ayında ihracatta yaşanan daralma, alarm zilleri çaldırdı. Giderek artan maliyetler ve enflasyon baskısı karşısında döviz kuru seviyesini yetersiz bulan sektör temsilcileri, fiyat tutturamamanın dışarıda yıllarca verilen emekle kazanılan pazarları kaybetme, içeride ise işsizlik ve beraberinde getireceği sorunlara gebe olduğu görüşünde. Devletin önlem alması isteniyor.

Türkiye'nin hazır giyim ihracatı Genel Ticaret Sistemi rakamlarıyla bu yılın temmuz ayında 1 milyar 554 milyon 72 bin dolar olarak gerçekleşti. Nisan ayındaki 1 milyar 496 milyon 958 bin dolarlık ihracattan sonra en düşük ikinci rakam oldu. 2023 yılındaki 7 aylık gerçekleşme ise 11 milyar 535 milyon 461 bin dolar olarak kaydedildi. Tekstil ve hammaddeleri ihracatı da temmuz ayında 698 milyon 358 bin dolar, 7 aylık toplam ise 5 milyar 509 milyon 134 bin dolar oldu.

586 şirket kapandı

Ekonomik kriz nedeniyle bazı şirketler maliyetlerin artması ve talebin düşmesi karşısında iflas bayrağını çekerken, açık kalan şirketler de sorun direniyor. Sosyal Güvenlik Kurumu'nun (SGK) mayıs ayı verilerine göre, son bir yılda sektörde faaliyet gösteren şirket sayısı 586 adet azalarak 19 bine inerken istihdam kaybı ise 116 bini aşarak 388 bin sınırına dayandı. Söz konusu rakam hazır giyim sektörü ile birlikte değerlendirildiğinde 150 bini aştı.

Ekonomim'den Yener Karadeniz'in haberine göre, İstanbul Sanayi Odası Temmuz ayı PMI verilerine göre tekstil sektörü 49,9'luk PMI ile takip edilen 10 sektör içerisinde, yeni siparişlerdeki en sert



Rafi Ay

yavaşlamanın görüldüğü sektör olarak ön plana çıktı.

Yeni siparişler üst üste ikinci ayıvme kaybederken temmuzdaki yavaşlama geçen yılın Ekim ayından beri en yüksek oranda gerçekleşti. Yeni siparişlerin yavaşlaması sonucu üretimde son 5 ayın ilk düşüşü kaydedilirken istihdam ve satın alma faaliyetlerinde de zayıflama yaşandı. Öte yandan Merkez Bankası verilerine göre de sektörde kapasite kullanım oranı yüzde 70,4'e kadar geriledi.

"Varlığı koruma yılı"

Ekonomide en az yatırımla en fazla istihdam sağlayan, yerli hammadde kullanımı yüksek sektörlerden tekstil ve hazır giyimde aslında maliyet ve finansman kaynaklı krizin ayak sesleri yılın başından beri duyuluyor, sektör temsilcileri uyarı üstüne uyarı yapıyordu. Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi geçen yılın Aralık ayında 2023 yılına ilişkin beklentilerini açıklarken ekonomide uygulanan politikalarla döviz kurlarına dikkat çekerek bu yılın "varlığı koruma yılı" olacağını vurgulamıştı.

Ege Bölgesi Sanayi Odası Meclis Üyesi Remzi Peköz ise, yine ayı tarihlerde gerçekleştirilen meclis toplantısında 39 yıldan bu yana tekstil hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösterdiğini



Çağlar Bağcı

belirterek, "Batma noktasındayız" çıkışını yapmıştı. Asgari ücret artışı ve düşük döviz kuru uyarısı yapan Peköz, "Tüm dünyanın etkilendiği bu ekonomik ortamda, ucuz iş gücüne sahip ülkeler maliyetine ürün veriyor. Elimdeki iş de oraya gidiyor. Bu kurla imalatçı bir yapının monopol değilse, bazı kar destekleri yoksa yaşamını sürdürme şansı sıfır. 100 lirayla, 200, 300 lira destekle olmaz. Bıçak geldi kemiğe dayandı. 39 yıllık firmayım. Baba malı, ama malı değil. Bugüne kadar ne bir çekim karşılıksız çıktığına ne verdiğim bir sözü yerine getiremezlik ettim. Allah'a şükür ayaktaym ama işletmemi kapatmayı düşünüyorum" diye konuştu.

"Markalar gidiyor"

Öz İplik İş Sendikası Genel Başkanı Rafi Ay, geçtiğimiz hafta yaptığı açıklamada tekstil, dokuma ve hazır giyim sektörünün üretim kapasitesinin daralması başladığını belirterek, "1,5 milyon kişinin direkt çalıştığı, dolaylı olarak 4 milyon kişiye gelir sağlayan büyük bir sektördüz. Bu kadar büyük bir sektör maalesef yavaş yavaş bir darboğaza giriyor" dedi.

Konfeksiyon sektöründe fason üretim yapmanın sanclarının bugün üretimin azaldığı noktada yaşamaya başladığına işaret eden Ay, "Çünkü önceden markalar siparişlerini daha ucuz ve uygun yerlere



Mukadder Özden

taşıyordu ama bugün markalar yavaş yavaş bu ülkeden gidiyor. Bizim bu markaları ülkemizde tutmamız gerekiyor. Türkiye tekstil işçisi çok kalifiye, bir ürünü zamanında kaliteli bir şekilde üretilip yetiştirebiliyor. Bunu marka ile desteklemediğimiz için diğer ülkelerde bu kaliteye ulaştıklarında, orada daha ucuz iş gücü varsa markalar oraya gitmeye başlıyor. Türkiye şu an için bu durumda" ifadelerini kullandı.

"Kurlar enflasyona paralel artmalı"

Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Çağlar Bağcı, hazır giyim sektörünün talebinin, döviz kurunun enflasyon oranında artması olduğunu belirtti. Türkiye'de uzun süre baskılanan döviz kurlarının Mayıs ayındaki seçimlerin ardından hızlı bir yükselişe geçse de geldiği seviyeyi yeterli bulmadıklarını belirten Bağcı, "Artık ekonomi politikasının dengeli bir şekilde izlenmesi gerekiyor. Özellikle hazır giyim ihracatçısının istediği, enflasyon kadar döviz kurunun da artması. Elbette işçilik maliyetleri olacak, tabii ki enflasyonist ortamda zam yapılacak. Ama bunun tamamen döviz yüklenip, döviz baskılayıp yapılmışa hiç değeri değil" dedi.

Ekonomide üreticilerin lehine faiz ve kur dengesi oluşturulması gerektiğini vurgulayan Bağcı, "Şu anda Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'ten beklenen 'düşük kur yüksek faiz' politikası. Ama bu, üretici için çok makul değil. Hem kurun hem de faizin bir denge içinde olması gerekiyor. Yoksa ihracatçı olarak hammadde satın almada finansmana ulaşma maliyetlerimiz artacak. Bu da bizi olumsuz etkileyecek" ifadelerini kullandı.

Asya ile yüzde 40 maliyet farkı

İzmir'de üretim yapan Ozmoz Tekstil'in kurucusu Mukadder Özden de ihracatta yaşanan daralmanın, üretim maliyetlerinin artmasından dolayı fiyat tutturamamaktan kaynaklandığını belirtti.

Özden, "Son yıllarda en çok Türkiye'de artan maliyetler, bi-



Gürkan Tekin

zim sorunumuz haline geldi. İhracatın azalmasının en büyük nedeni bundan kaynaklanıyor. Yoksa kalite ya da kapasite olarak Türkiye'nin bir sıkıntısı yok. Şu an en yakın rakiplerimizle, özellikle Asya ülkeleriyle yüzde 40 civarında bir maliyet farkı yaşıyoruz. Zaten en çok da müşterilerimiz oraya doğru kaydılar" diye konuştu.

Özden, hükümetin hem işverenin hem de çalışanların mutlu olacağı önlemler alması gerektiğini söyleyerek "Kur çok uzun bir süre baskı altında tutulmuştu, şu an bir değişim söz konusu ama yeterli değil. Bu makasın iyileşmesi lazım. Kurun daha da yükselmesi lazım. İstikrar gerekli. Elbette hiçbirimiz çalışmamızın ücretinde gözümüz yok. Ama istikrarlı bir şekilde hem enflasyonun kontrol altına alınması hem de maliyet artışlarının kontrol altına tutulması lazım" dedi.

"İhracatçıya özel kur"

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AH-KİB) Başkanı Gürkan Tekin, uluslararası pazarlardaki rekabetçiliğin güçlenmesi için döviz kurunun maliyet artışlarını karşılayacak seviyelere yükseltilmesi gerektiğini savundu. Tekin, ihracatçılara uygulanacak özel dolar kurunun 35-40 TL seviyelerinde olması gerektiğini söyledi. En önemli pazar konumundaki AB'de Türkiye'nin yerini Uzadokğu ülkelerinin doldurmaya başladığı uyarısını yapan Tekin, şunları söyledi: "İşletmelerimiz zararına da olsa müşterilerini tutmaya çalışıyor ama bu durum sürdürülebilir değil. Avrupa'da moda devlerinin siparişleri gündem güne azalıyor. Özellikle İnditex grubu Türkiye'deki imalatlarını çekiyor, Uzadokğu ve yakın coğrafyadaki rakiplerimize aktarıyor. Eylül ayından itibaren birçok firma yeni sipariş alamadığı için bosa düşecek, bu durum istihdam kayıplarına neden olacak. En büyük beklentimiz döviz kurlarında rekabetçiliğimizi geri kazandıracak artışların olmasıdır. Madem ki 21 milyar dolarlık ihracatımızı 40 milyar dolara çıkarma hedefimiz var, devletimizin de yanımızda olması lazım."

"GELECEĞİ ÖNGÖREMİYORUZ"

● Fesih Demirel – FB Textile Kurucu Ortakı

Izmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi ile Manisa ve Van'daki fabrikalarımızla tamamen ihracata çalışan bir şirkettiz. Rekabetin en acımasız olduğu sektörlerden biri hazır giyim. Toplu alımlarda fiyat avantajı ortadan kalkıyor. Sektörümüzde şu anda temel problem öngörülebilirlik. Önceki kriz dönemlerinde dünya iyi, biraz kötü durumdaydı. Şimdi iki farklı baskı altında. Birincisi; ülkemizdeki yüksek enflasyonist ortam ve sürekli yapılan zamlar maliyetlerimizi ciddi şekilde artırıyor. Üretim için kumaşın yanı sıra yan sanayiden yaptığımız tedarik ve aksesuar ile nakliye fiyatlarında çok yüksek artışlar var ama döviz kurlarındaki artış yüzde 50 civarında. Uzadokğu ül-



keri yabancı alıcılar için bizden avantajlı hale geldi. İkincisi; dünya ve özellikle yakın ihracat pazarımız Avrupa iyi durmadığı ve malmızı alıyordu. Şimdi oralarda da sıkıntılar var ve satışlar düşmüş durumda. Bu iki problem çakıştığında korkunç bir öngörülebilirlik ortaya çıkıyor. Böyle giderse hazır giyimcilerin yüzde 30-40'ı küçülmeyen ayakta kalamaz. Bu yıl varlığını koruyup ayakta kalmaya odaklanmamız gerekiyor. Ülkemize katma değer sağlayabilmek için gecemizi gündüzümüze katarak çalışıyoruz. İhracatta ortalama kilogram fiyatı 1.44 dolar iken hazır giyimde bu rakam 17 dolar civarında. Bizi yaptığımız iş, üretmek, pazarlama değil dışımızdaki etmenler yoruyor.