



İSTANBUL
SANAYİ ODASI

TRİKO İMALAT SANAYİ

**Küresel Rekabette
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Projesi**



İSTANBUL
SANAYİ ODASI

TRİKO İMALAT SANAYİ

**Küresel Rekabette
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Projesi**

ISBN: 978-605-137-761-2
Elektronik ISBN: 978-605-137-762-9
İSO Yayın No: 2020/1
Sertifika No: 19176
Baskı, 1.000 Adet

Ocak 2020
İstanbul

İstanbul Sanayi Odası
Ekonomik Araştırmalar ve Kurumsal Finans Şubesi
Odakule, Meşrutiyet Caddesi No:63
34430 Beyoğlu İstanbul
Tel: (212) 252 29 00(pbx)
Faks: (212) 245 32 82
www.iso.org.tr

Grafik Tasarım ve Uygulama:
Bridge Creative
Maslak Mahallesi Atatürk Oto Sanayi Sitesi
9. Sokak 2. Kısım Ata İş Merkezi Maslak - İstanbul
Telefon: (212) 803 12 11
www.bridgecreative.com.tr

Basım Yeri:
İlbey Matbaa Kağıt Reklam Org. Múc. San. ve Tic. Ltd. Şti.
2. Matbaacılar Sitesi 3NB3 Topkapı / Zeytinburnu - İstanbul
Tel: 0 212 417 9292
www.ilbeymatbaa.com.tr

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

19. Triko Giyim Sanayii Meslek Komitesi

Kadir Can KOZAN

Meslek Komitesi Başkanı
Nurgül Tekstil İnşaat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Turgay AKŞAHİN

Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
Arsu Triko Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

M. Metin AKYÜZ

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)
MYN Tekstil ve İnşaat Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

Nesim BENSUSAN

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)
Bensu Giyim Sanayii ve Ticaret A.Ş.

Savaş BİLGİN

Meslek Komitesi Üyesi
Savaş Triko Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti

Proje Koordinatörü

İstanbul Sanayi Odası Genel Sekreterliği

Proje Grubu

Dr. Can Fuat GÜRLESEL

Proje Danışmanı

Dr. Nesrin AKÇAY ERİÇOK

İSO Ekonomik Araştırmalar ve Kurumsal Finans Şubesi Müdürü

M. İlhan UZ

İSO Ekonomik Araştırmalar ve Kurumsal Finans Şubesi Müdür Yardımcısı

Zehra TER TEMÜR

İSO Ekonomik Araştırmalar ve Kurumsal Finans Şubesi Uzmanı

TABLolar LİSTESİ	VI
GRAFİKLER LİSTESİ	VII
SUNUŞ	IX
YÖNETİCİ ÖZETİ	XI
EXECUTIVE SUMMARY	XV
1. BÖLÜM: TRİKO İMALAT SANAYİNİN TANIMI VE KAPSAMI	1
1.1. Triko Sanayi Tarihi ve Gelişimi	1
1.2. Triko Sanayinin Sınıflaması ve Kapsamı	3
2. BÖLÜM: SEKTÖRÜN TEMEL GÖSTERGELERİ	5
2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji	5
2.2. Temel Göstergeler	5
2.3. Hazır Giyim Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler	7
2.4. Sanayi Üretimi	8
2.5. İstihdam ve İşgücü Verimliliği	9
2.6. Triko Sanayi Üretimi	10
2.6.1. Türkiye’de Triko Sanayinin Gelişimi	10
2.6.2. Triko Sanayi Üretim Kapasitesi ve Üretimi	11
2.6.3. Triko Sanayinin Türkiye’de Dağılımı	12
2.7. Triko Sanayi Dış Ticareti	12
2.7.1. Triko Sanayi Dış Ticareti	12
2.7.2. Triko İhracatı Ürün Grupları ve Pazarlar	14
2.7.3. Triko İthalatı Ürün Grupları ve Tedarikçi Ülkeler	15
2.8. Triko Sektörü İç Pazar Büyüklüğü	16
3. BÖLÜM: DÜNYA TRİKO SANAYİ	17
3.1. Dünya Hazır Giyim ve Triko Sektöründe Genel Eğilimler	17
3.2. Dünya Triko Sektöründe Önemli Ülkeler	19
3.3. Dünya Triko Harcamaları ve Pazarlar	21
3.4. Dünya Triko Ticareti	21
3.4.1. Dünya Triko İhracatı ve Hazır Giyim İhracatı İçinde Konumu	21
3.4.2. Dünya Triko İhracatında Ürün Grupları	22
3.4.3. Dünya Triko Ticaretinde İhracatçı Ülkeler	22
3.4.4. Dünya Triko Ticaretinde İthalatçı Ülkeler	23
3.4.5. Türkiye’nin Dünya Triko İhracatında Payı	24
4. BÖLÜM: TRİKO SANAYİNDE GELİŞME DİNAMİKLERİ VE ÖNERİLER	27

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Nace.2 Sınıflamasına Göre Triko Sanayinin Ayrıntılı Kapsamı	3
Tablo 2: Triko Sanayinde Girişim Sayıları	5
Tablo 3: Triko Sanayinde İstihdam	6
Tablo 4: Triko Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)	6
Tablo 5: Triko Sanayi Katma Değeri (Milyon TL)	7
Tablo 6: Triko Sanayinin Hazır Giyim Sanayi İçinde Payı (Yüzde)	8
Tablo 7: Triko Sanayinde İşgücü Verimliliği	9
Tablo 8: Triko Sanayinde Toplam ve İstihdam Başına Personel Giderleri	10
Tablo 9: Triko Makineleri İthalatı	11
Tablo 10: Triko Sanayi Üretim Kapasitesi ve Üretimi	11
Tablo 11: Triko Sanayinde İhracat, İthalat ve İç Tüketim (Milyon, Adet)	12
Tablo 12: Triko Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)	12
Tablo 13: Triko Sanayi Dış Ticaretinin Hazır Giyim Dış Ticaret İçindeki Yeri	13
Tablo 14: Triko Sanayi Dış Ticareti Adet ve Miktar Bazında Gelişmeler	13
Tablo 15: Triko Sanayi Dış Ticareti Fiyat Gelişmeleri	14
Tablo 16: Triko Sanayi İhracatı Ürün Grupları (Milyon Dolar)	14
Tablo 17: Triko Sanayi İhracatı Pazarlar (Milyon Dolar)	15
Tablo 18: Triko Sanayi İhracatı (Yakın ve Komşu Pazarlar) (Milyon Dolar)	15
Tablo 19: Triko Sanayi İthalatı Ürün Grupları (Milyon Dolar)	15
Tablo 20: Triko Sanayi İthalatı Tedarikçi Ülkeler (Dolar)	16
Tablo 21: Triko Sektörü İç Pazar Büyüklüğü	16
Tablo 22: Triko Sektörü İç Pazar Büyüklüğü	16
Tablo 23: Hazır Giyim Sektöründe Eğilimler	17
Tablo 24: Avrupa Birliği Pazarında Yeni Eğilimler, 2030	18
Tablo 25: Dünya Triko Sektöründe Önemli Ülkeler	19
Tablo 26: Önemli Üretici İhracatçı Ülkelerde Gelecek Beklentileri	20
Tablo 27: Dünya Triko Harcamaları (Milyar Dolar)	21
Tablo 28: Dünya Triko İhracatı ve Dünya Hazır Giyim İhracatı İçinde Payı	22
Tablo 29: Triko Sanayi Dünya İhracatı Ürün Grupları (Milyon Dolar)	22
Tablo 30: Dünya Triko İhracatçısı Ülkeler (2018)	23
Tablo 31: Dünya Pamuklu Triko Ürünleri İhracatçısı Ülkeler (2018)	23
Tablo 32: Dünya Suni ve Sentetik Elyaftan Triko Ürünleri İhracatçısı Ülkeler (2018)	23
Tablo 33: Dünya Yünlü Triko Ürünleri İhracatçısı Ülkeler (2018)	23
Tablo 34: Dünya Triko İthalatçısı Ülkeler (2018)	24
Tablo 35: Yakın ve Komşu Ülkelerde Triko İthalatı (2018)	24
Tablo 36: Türkiye'nin Dünya Triko İhracatında Payı	24
Tablo 37: Türkiye'nin Ürün Grupları İtibariyle Dünya Triko İhracatından Aldığı Paylar (Yüzde)	25
Tablo 38: Üretici ve İhracatçı Ülkelerin Triko Makinesi İthalatı (Adet)	27
Tablo 39: Üretici ve İhracatçı Ülkelerde İşgücü Maliyetleri ve Vergiler	28

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Triko Sanayinde Girişim Sayıları	5
Grafik 2: Triko Sanayinde İstihdam	6
Grafik 3: Triko Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)	6
Grafik 4: Triko Sanayinde Katma Değer (Milyon TL)	7
Grafik 5: Triko Sanayinde Yaratılan Katma Değerin Üretim Değeri İçinde Payı (Yüzde)	7
Grafik 6: Triko Sanayinin Hazır Giyim Sanayi İçinde Payları (Yüzde)	8
Grafik 7: Triko Sanayi Üretimi	8
Grafik 8: Triko Sanayi ve Hazır Giyim Sanayi Üretimi	8
Grafik 9: Triko Sanayi Üretici Fiyatları Endeksi ve ÜFE (2005=100)	9
Grafik 10: Triko Sanayinde İstihdam Endeksi (2005=100)	9
Grafik 11: Triko Sanayi İşgücü Verimliliği Endeksi (2005=100)	9
Grafik 12: Triko Sanayi İşgücü Verimliliği; İstihdam Başına Yıllık Üretim Değeri (TL) ve Reel Gelişmeler Endeksi (2009=100)	10
Grafik 13: Triko Sanayi Üretici Firmaların İllere Göre Dağılımı (Yüzde, 2018)	12
Grafik 14: Triko Sanayi Dış Ticareti	13
Grafik 15: Triko İhracatının Hazır Giyim İhracatı İçinde Payı (Yüzde)	13
Grafik 16: Dünya Triko İhracatı (Milyar Dolar)	22
Grafik 17: Türkiye'nin Dünya Triko İhracatında Payı	25
Grafik 18: Seçilmiş Ülkelerde Net Asgari Ücret (Dolar, 2018)	27



SUNUŞ

İstanbul Sanayi Odası olarak 2001'den beri yürüttüğümüz "Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi" ile sanayimizin en önemli ihtiyaçları arasında yer alan sektörel strateji üretme süreçlerine katkı sağlamayı ve işbirliği kültürünü geliştirmeyi amaçlıyoruz.

Söz konusu projenin temel çıktıları olan sektör raporları serimizin bu 23. kitabında, giyim sanayinin en önemli bileşenlerinden biri olan triko imalatı sektörünün kapsamlı bir analizi yer alıyor. İSO 19. Grup Triko Giyim Sanayii Meslek Komitesi üyelerinin katkı ve katılımlarıyla şekillenen çalışmamız, triko sektörünün dünyada ve ülkemizdeki durumunu detaylı bir şekilde ele alırken ülkemizde sektörün daha da gelişebilmesi için kapsamlı politika önerileri sunuyor.

Triko imalatının geçmişi ülkemizde oldukça eskiye dayansa da, özellikle küresel ticaretteki liberalizasyonla birlikte Çin'in dünya pazarında ağırlık kazanması ve Güneydoğu Asya'da yeni yükselen ekonomilerin yarattığı rekabet baskısı sektörümüzü 2005 yılından itibaren yapısal bir dönüşüme zorladı.

Bununla birlikte, söz konusu dönüşümün triko sektöründe yüksek katma değerli üretim, markalaşma ve hızlı moda trendine uyum sağlama konusunda önemli bir niteliksel sıçramaya yol açtığı görülüyor. Gelinen noktada 90 bine yakın kişiye doğrudan istihdam sağlayan, 10 yılda üretim değerini reel olarak 1,5 katına çıkararak, yıllık ihracat hacmini 2 milyar dolara ulaştıran triko sanayimiz, yüksek katma değerli ve kaliteli ürünlerde önemli küresel aktörlerden biri olma başarısını göstermiştir.

İçinden geçtiğimiz dönemde, sektörde yeni rakip ülkelerin ortaya çıkması, iklim değişikliğinin tüketim kalıplarında yarattığı değişimler, sürdürülebilirlik konusunda hassasiyetin artması, online satış kanallarının ve dijital hizmetlerin yaygınlaşması gibi, dikkatle izlenmesi ve uyum sağlanması gereken temel eğilimler mevcut. Bu eğilimler firmalarımızın kendilerini yeniden yapılandırmalarını, yeni yetkinlikler kazanmalarını ve inovasyon kapasitelerini arttırmalarını gerektiriyor.

Halihazırda ülkemizde oldukça güçlü bir altyapıya sahip olan sektörün küresel pazarlardaki payını arttırabilmemiz ve lider ülkeler arasındaki konumunu pekiştirebilmemiz için, triko sanayinin diğer giyim sektörü segmentlerinden farklılaşan, özgün dinamiklerinin dikkatli bir şekilde ele alınması çok önemli. Zorlaşan rekabet koşullarında triko sanayimizin özellikle kaliteli trikotaj ipliği üretiminin geliştirilmesi, kayıt dışılığın ve haksız rekabetin önlenmesi, uzmanlaşmış nitelikli işgücünün korunması ve yetiştirilmesi gibi bir dizi temel ihtiyacı da raporumuzda vurgulanan konular arasında.

Sektörümüzün gelecek yıllarda ülke ekonomisine katkısını daha da arttıracığı inancı ve umuduyla "Triko İmalatı Sanayi" raporumuzu ilginize sunarken, değerli danışmanımız Sayın Dr. Can Fuat Gürlele'e, 19. Grup Triko Giyim Sanayii Meslek Komitesi üyelerimize, Odamız Ekonomik Araştırmalar ve Kurumsal Finans Şubesi çalışanlarına ve emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunuyorum.

Erdal BAHÇIVAN

İstanbul Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı



Triko Sanayinin Sınıflaması ve Kapsamı

Triko sanayi NACE sanayi sınıflaması içinde 14 no'lu giyim eşyalarının imalatı sanayi altında ve içinde yer almaktadır. Çalışmamızın konusunu oluşturan triko sanayi 14.39 numara ile sınıflandırılmaktadır. Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; örme (trikotaj) ve tığ (kroşe) giyim eşyası ve diğer tamamlanmış eşyanın imalatı; kazak, hırka, jarseden giyim eşyası, ceket, yelek ve benzeri ürünler.

Türkiye'de Triko Sektörü

Triko sanayi 2005 yılından sonra karşılaştığı dış rekabet ve dönüşüm sürecinde konsolidasyon yaşamıştır. Triko sanayinde 2005 yılında 2.272 olan girişim sayısı 2013 yılında 1.842'ye düşmüştür. Girişim sayısı 2015 yılında ise 1.974'e yükselmiştir. 2018 yılında girişim sayısı 1.925 adet olarak gerçekleşmiştir.

Triko sanayinde toplam çalışan sayısı 2005 ile 2010 arasında önemli bir kayıp yaşamıştır. 2005 yılında toplam çalışan sayısı 77.934 iken bu sayı 2010 yılında 66.224'e düşmüştür. Toplam çalışan sayısı 2014 yılında ise 93.910'a kadar yükselmiştir. 2015 ve 2016 yıllarındaki gerilemenin ardından toplam çalışan sayısı 2018 yılında 86.840 olarak gerçekleşmiştir.

Triko sanayinde üretim değeri nominal olarak büyüme ve gelişme göstermektedir. Triko sanayinde 2005 yılında 3,24 milyar TL olan üretim değeri 2010 yılında 3,84 milyar TL'ye yükselmiştir. İzleyen yıllarda üretim değerinde daha hızlı bir artış yaşanmaktadır. Üretim değeri 2018 yılında 13,3 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Triko sanayinde yaratılan katma değer 2005 ile 2010 yılları arasında zayıf bir gelişme göstermiştir. Bu dönemde sektörde yaşanan konsolidasyon ile yaratılan katma değerde de performans zayıflamıştır. 2010 yılından itibaren yaratılan katma değerde daha kuvvetli artışlar görülmektedir. Yaratılan katma değer 2018 yılında 2,72 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Yaratılan katma değerün üretim değeri içindeki payının artması daha yüksek katma değerli üretim yapıldığını göstermektedir. Triko sanayinde yaratılan katma değerün üretim değerine oranı 2005 yılında yüzde 19,33 iken 2013 yılında yüzde 22,44'e kadar sürekli bir artış içinde olmuştur. Artış eğilimi sürmüş ve oran 2016 yılında yüzde 22,85 ile en yüksek seviyeye çıkmıştır. Triko sanayinde 2010 yılından sonra yıllar itibarıyla daha yüksek katma değerli üretim yapıldığı görülmektedir.

Triko sanayinde 2005-2018 yılları arasında üretimde dalgalanmalar yaşanmıştır. Buna karşın üretim 2005-2018 yılları arasında kümülatif olarak yüzde 128,1 artmıştır. Triko sanayinde 2005-2018 arasında üretici fiyatlarında yüzde 106,3 artış yaşanmıştır.

Triko sanayinde 2005-2018 arasında işgücü verimliliği yüzde 104,7 artmıştır. 2005-2018 döneminde imalat sanayinde ise işgücü verimliliği yüzde 56,5 artmıştır.

İstihdam başına 2009-2018 arasındaki yüzde 170,8 oranında üretim değeri artışı, yüzde 71,6 üretici fiyat artışı ile indirgenildiğinde yüzde 57,8 reel üretim değeri artışı olduğu hesaplanmaktadır. Triko sanayinde istihdam başına üretim değeri ile hem nominal hem de reel olarak hesaplanan verimlilikleri 2009-2018 döneminde yükselmiştir.

Türkiye'de triko üretimi Cumhuriyetin ilk yıllarında başlamıştır. 1960'lı yıllarda fabrikasyon üretim ile kitle üretimine geçilmiştir. 1980'li yıllarda ise triko sanayinde ihracat hamlesi başlamıştır. 1990'lı yıllarda triko sanayi üç büyük kentin dışındaki diğer illere de hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. 2000'li yıllarda ise sektörde üretim teknolojisinde ilerleme, tasarım ve markalaşma eğilimleri öne çıkmıştır. Günümüzde triko sanayi yüksek üretim teknolojisi ile dünyanın en kaliteli ve yüksek üretim kapasitesine sahip ülkeleri arasına girmiştir.

2005 yılı triko sanayi ile hazır giyim sanayinin genelinde bir diğer dönüm noktası olmuştur. 2005 yılında dünya ticaretinde serbestleşme ardından ortaya çıkan Çin etkisi tüm dünya genelinde özellikle hazır giyim sektöründe büyük bir baskı yaratmıştır. Çin, ucuz ve kitle üretiminde tüm pazarlarda kısa sürede hakim hale gelmiştir.

Türk hazır giyim sanayi ile triko sanayi de bundan etkilenmiş ve bir dönüşüm ve konsolidasyon sürecine girmiştir. Sektörde büyük ölçekli üretimler küçük ölçekli, sık ve küçük partilere dayanan, dünyadaki hızlı moda eğiliminin ihtiyaçlarını karşılar hale dönüşmüştür. Firmalar yeniden yapılanmıştır. Tasarım ve koleksiyon kapasitesi, yüksek katma değerli üretim, hızlı ve küçük parti teslimatlar öne çıkmıştır. İç pazarda ise moda perakendesinde hızlı bir büyüme yaşanmaya başlamıştır. Çok sayıda Türk hazır giyim markası ortaya çıkmış, bunların önemli bir bölümü daha sonra yurtdışında da mağazalaşmaya başlamıştır.

Triko sektörü de bu süreçte aynı dönüşümü yaşamıştır. Triko sanayi özellikle üretim teknolojisini yenileyerek rekabet gücünü korumaya çalışmıştır. Daha yüksek katma değerli üretim öne çıkmıştır. Hızlı moda eğilimine yönelik ihracat için kalite ve tasarım alanında iyileşmeler sağlanmıştır. Tüm bu gelişmeler sonrasında Türkiye nitelik ve nicelik açısından dünyanın en önemli üreticilerinden biri konumuna gelmiştir.

2000-2018 yılları arasında toplam 49.457 adet triko makinesi ithalatı yapılmıştır. Eski kurulu kapasite ile yenilemeler dikkate alındığında triko sektöründe 42-45 bin adetlik bir kurulu kapasite olduğu öngörülmektedir. Buna bağlı olarak 2018 yılı itibarıyla Türkiye'de triko kurulu kapasitesi yaklaşık 450 milyon adet/yıl olarak öngörülmektedir.

Triko sektöründe 2005 yılında 209,4 milyon adet olan üretim 2009 yılına kadar gerileyerek 161,14 milyona adete inmiştir. İzleyen yıllarda ise üretimde kademeli bir artış yaşanmaktadır. Bu artışa bağlı olarak üretim 2018 yılında 359,06 milyon adet olarak gerçekleşmiştir.

Triko sanayinde yer alan üretici firmaların hemen tamamı İstanbul, Gaziantep ve İzmir'de toplanmıştır. Üreticilerin yüzde 64'ü İstanbul'da bulunmaktadır. Gaziantep'in payı yüzde 21'dir Üçüncü sırada yüzde 10 payı ile İzmir yer almaktadır. Denizli'nin payı yüzde 3'tür. Triko sanayi diğer önemli tekstil ve hazır giyim şehirlerinde oldukça sınırlı ölçüde yer almaktadır.

Triko sanayi ihracatı 2005-2009 arasında 1,22 milyar dolardan 1,08 milyar dolar seviyesine gerilemiştir. Dünya ticaretindeki serbestleşme ve Çin etkisi ile 2005-2009 arasında ihracat düşüş göstermiştir. Sektör içinde bu dönemde bir konsolidasyon da yaşanmıştır. Triko ihracatı 2010 yılından itibaren artış eğilimine girmiş ve 2018 yılında 1,93 milyar dolar ile en yüksek seviyesine ulaşmıştır.

Triko ithalatı yurtiçi modern moda perakendesinin gelişmesi ile hızlı bir artış göstermiştir. Yerli ve yabancı markaların tedarikleri ile triko ithalatı 2010 yılında 414 milyon dolara kadar yükselmiştir. Bu hızlı artış sonrası alınan ithalatta korunma önlemleri ile ithalat kademeli olarak gerilemeye başlamıştır. İthalat 2018 yılında 162 milyon dolara kadar inmiştir.

2005 yılında ihracat 144,49 milyon adet iken 2018 yılında 281,90 milyon adete yükselmiştir. İthalat ise 2005 yılında 10,84 milyon adet iken 2010 yılında 48,4 milyon adete kadar yükselmiştir. 2017 yılında ithalat 17,65 milyona adete kadar inmiştir.

Triko sanayi ihracatının yüzde 95'i iki alt gruptan yapılmaktadır. Bunlar pamuklu triko ürünleri ile sentetik veya suni liflerden triko ürünleridir.

İhracatta Avrupa Birliği ülkeleri en önemli pazarlar olmayı sürdürmektedir. Almanya, İngiltere ve İspanya ilk üç büyük pazardır. Fransa'ya ihracat azalmıştır. Hollanda, Belçika ve İtalya'ya ihracat artmıştır. Irak, Polonya Kırgızistan'a ihracat bu dönemde önemli ölçüde artmıştır. ABD ve İsveç de ilk 15 pazar içinde yer almışlardır. Türkiye'nin hazır giyim ihracatı 2010'lu yıllarda yakın ve komşu ülkelere yönelik olarak da artmaya başlamıştır. Rusya ile İran, İsrail, Ukrayna, Romanya, Bulgaristan, Kazakistan, Mısır, Fas, S. Arabistan, Cezayir, Libya ve Sırbistan'a ihracat artmıştır.

Triko sanayinde ithalatta iki alt ürün grubu öne çıkmaktadır. Bunlar pamuklu ve suni ve sentetik elyaftan triko ürünleridir. 2018 yılı itibarıyla en çok ithalat yapılan iki ülke Çin ve Bangladeş'tir.

Bununla birlikte alınan korunma önlemleri ile Bangladeş ve Çin'den yapılan ithalat önemli ölçüde azalmıştır.

Triko ürünü için yapılan toplam harcamalar 2018 yılında 9,84 milyar TL olarak hesaplanmaktadır. Triko harcamalarının toplam hazır giyim harcamaları içindeki payının ise 2018 yılında yüzde 6,75 olarak gerçekleştiği öngörülmektedir.

Dünya Triko Sektörü

Dünya triko sektöründe moda, marka, üretim ve ihracat işlevleri ile bir çok ülke yer almakta ve yeni ülkeler katılmaktadır.

Çin en büyük üretici ve ihracatçı ülke olmayı sürdürmektedir. Ancak Çin'deki üretim maliyetlerindeki artış nedeniyle Çin üretimini komşu ülkelere kaydırmaktadır. Bangladeş ve Vietnam triko üretimi ve ihracatında dünyada ikinci ve üçüncü sıralara yerleşmiştir. Yatırımlar ile üretim kapasiteleri hızla büyümüştür. Çin sermayesi de yatırım yapmaktadır. Kamboçya, Endonezya, Hindistan, Pakistan, Myanmar, Tayland Asya'da triko üretim ve ihracat kapasitesini büyüten diğer ülkelerdir.

İtalya dünya triko sektöründe moda ve kalite liderliğini sürdürmektedir. Markaları ile sektöre öncülük etmektedir. Üretim halen devam ediyor olmakla birlikte giderek ithal tedarikin payı artmaktadır.

Fransa, Almanya ve İspanya üretici olmayan, ancak markaları modada belirleyici olan ve ihracat yapan ülkelerdir. Hollanda ve Belçika ise organizatör ve perakende ticaret tarafında ağırlıklı olarak yer almaktadırlar.

Polonya, Portekiz, Romanya ve Hırvatistan Avrupa'da yeniden üretim yapan ülkeler olarak ortaya çıkmaktadırlar.

Türkiye sahip olduğu üretim kapasitesi ile yüksek katma değerli ve kaliteli ürünler segmentinde dünyanın en önemli üretici ve ihracatçı ülkesi konumundadır. Dünya markaları için üretim yapmaktadır.

Dünya triko harcamaları toplam hazır giyim harcamaları içinde yüzde 11-12 arasında pay almaktadır. Triko harcamalarındaki büyüme yine hazır giyim harcamalarındaki büyümeye yakın gerçekleşmektedir. Triko harcamaları 2018 yılında 204,4 milyar dolara kadar yükselmiştir. Triko talebi küresel iklim değişikiminin yarattığı gelişmelerden olumsuz etkilenmektedir. Triko harcamalarının toplam hazır giyim harcamaları içinde 2008 yılında yüzde 12,3 olan payı 2018 yılında yüzde 11,0'e inmiştir.

Triko harcamalarında Avrupa yüzde 35 payı ile en büyük pazar olmaya devam etmektedir. Onu Amerika pazarı yüzde 30 payı ile izlemektedir. Asya pazarı en hızlı büyüyen pazar olarak yüzde 26 paya ulaşmıştır.

Pazarın yüzde 9'unu ise diğer bölgeler oluşturmaktadır.

Dünya triko ihracatı 2005 yılında 34,55 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu yıldan itibaren dünya ticaretinde başlayan serbestleşme ile üretime ve ihracata yeni ülkeler katılmaya başlamıştır. Bunların etkisi ile dünya triko ihracatı artışı ivme kazanmıştır. Dünya triko ihracatı 2010 yılında 43,40 milyar dolara ulaşmıştır.

İzleyen yıllarda ise dünya triko ihracatının artış hızı normalleşmeye başlamış ve ihracat, gelişmelere bağlı olarak dalgalanmalar göstermiştir. Dünya triko ihracatı 2014 yılında 53,66 milyar dolara yükselmiştir. 2015 ve 2016 yıllarında küresel ticaretteki daralmanın da etkisi ile geriledikten sonra 2018 yılında önemli bir artış göstermiş ve 57,42 milyar dolara yükselmiştir.

Triko ihracatının dünya hazır giyim ihracatı içindeki payı 2005 yılında yüzde 12,01 iken 2010 yılında yüzde 11,74'e inmiştir. İzleyen yıllarda alınan payda sınırlı değişimler yaşanmakla birlikte 2018 yılında yine yüzde 11,79 pay alınmıştır.

Dünya triko ihracatında altı alt ürün grubundan ikisi ticarete önemli bir paya sahip bulunmaktadır. Bunlar pamuklu triko ürünleri ile sentetik ve suni elyaflardan triko ürünleridir. Pamuklu triko ürünlerin ihracatı 2018 yılında 23,12 milyar dolar, suni ve sentetik liflerden triko ürünleri ihracatı ise 25,90 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Bu iki ürünün ihracatında yaşanan en önemli gelişme suni ve sentetik liflerden triko ürünleri ihracatının daha hızlı artış göstermesi ve 2015 yılından itibaren pamuklu triko ürünleri ihracatını geçmesidir. Bu eğilimin önümüzdeki yıllarda da sürmesi beklenmektedir.

Yünden triko ürünleri ihracatı, küresel iklim değişimi ve mevsim değişimlerine bağlı olarak, talepte karşılaştığı dalgalanmalara rağmen yeniden artışa geçmiştir. Kaşmir ürünlerin ihracatı da istikrarlı bir artış göstermektedir.

Çin 18,13 milyar dolar ihracatı ile dünya ihracatının yaklaşık yüzde 31,6'sını yapmaktadır. Çin'in arkasından gelen ülkelerin ihracatları ile Çin ihracatı arasında büyük bir fark oluşmuştur. İkinci sırada Bangladeş, üçüncü sırada ise Vietnam yer almaktadır. Bu iki ülke önemli üretici ve ihracatçı ülkeler haline gelmiştir. Dördüncü sıradaki Hong Kong ticarete aracılık etmektedir.

Ardından geleneksel Avrupalı ihracatçı ülkeler olan İtalya, Almanya, Türkiye, İspanya, Fransa, Hollanda ve Belçika gelmektedirler. Bu ülkeler arasında yer alan Kamboçya ve Endonezya'da da triko üretimi ve ihracatı önemli bir gelişme göstermektedir. Türkiye dünya triko ihracatında sekizinci sırada yer almaktadır. İlk 20 ihracatçı içinde yer alan ülkeler İngiltere, Polonya, Danimarka, Guatemala ve ABD'dir.

Portekiz, Hindistan ve Pakistan ise üretim ve ihracatlarını artırmaya başlayan ülkelerdir.

Dünya triko ithalatı yapan ülkeler arasında ABD 15,26 milyar dolar ile dünya ithalatının yaklaşık yüzde 26,8'ini yapmaktadır. Arkasından gelen ülkelerin ithalatları ile ABD ithalatı arasında büyük bir fark oluşmuştur. İkinci sırada Almanya, üçüncü sırada ise Japonya yer almaktadır. Daha sonra Fransa ve İngiltere ile ticarete aracılık eden Hong Kong gelmektedir. Ardından geleneksel Avrupalı ithalatçı ülkeler olan İtalya, İspanya, Hollanda ve Belçika gelmektedirler. Bu ülkeler arasında yer alan Kanada ve Güney Kore de önemli ithalat yapmaktadır.

İlk 20 ihracatçı içinde yer alan diğer ülkeler Çin, İsviçre, Polonya ve Rusya ithalatlarını artırmaya başlayan ülkelerdir. Danimarka, Avusturya ve İsveç geleneksel Avrupalı ihracatçı ülkeler olarak ilk 20 ithalatçı içinde yer almaya devam etmektedirler.

Türkiye'nin dünya ihracatı içinde payı 2005 yılında yüzde 3,52 olarak gerçekleşmiştir. Ardından dünya ticaretinde serbestleşme, Çin etkisi ve sektörde yaşanan dönüşüm süreci etkileri ile dünya ihracatı içinden alınan pay 2011 yılında yüzde 2,66'ya kadar gerilemiştir. İzleyen yıllarda ise dünya triko ihracatından alınan pay yeniden artmaya başlamıştır. Dünya ihracatı içinden alınan pay 2017 yılında yüzde 3,51'e yükselmiştir. Böylece 2005 yılındaki paya yeniden ulaşılmıştır.

İhracatta en yüksek pay alınan alt ürün grupları pamuklu triko ürünlerinde yüzde 4,05, sentetik ve suni liflerden triko ürünlerinde yüzde 3,04'tür. Önemli ihracat ürün gruplarında 2010 yılından bu yana ihracat payında artış sağlanmaktadır.

Triko Sanayinde Gelişme Dinamikleri ve Öneriler

Türkiye triko sektörü halen Çin, Bangladeş, Vietnam ve Hindistan'dan sonra dünyanın en büyük beşinci üretim kapasitesine sahip bulunmaktadır. Bu ülkelerin hızlı büyüyen kapasiteleri rekabet baskısı yaratmaktadır. Türkiye'de kapasite artmakla birlikte daha çok hızlı-küçük parti ve yüksek katma değerli üretime yönelik bir üretim kapasitesi oluşmaktadır. Bu çerçevede Türk triko sanayi yakın zamanda Kamboçya, Endonezya ve Pakistan'ın kapasite artışı baskısı ile de karşılaşılacaktır.

Üretici ve ihracatçı konumdaki diğer ülkeler için ise fiyat ve üretim maliyetleri rekabette belirleyici olmaya devam etmektedir. Bu nedenle Türkiye triko sanayi hem maliyet ve fiyat rekabetini yönetmekte hem de daha yüksek katma değerli üretim ve markalaşma süreci içinde bulunmaktadır. Mevcut üretim maliyeti koşulları dikkate alındığında triko sanayi için fiyat ve maliyet rekabeti sürdürülebilir görünmemektedir.

Bu nedenle sanayi için yüksek katma değerli üretim ve markalaşma öne çıkan seçenekler olmaktadır.

Maliyet rekabetinde önemli ölçüde belirleyici olan net ücretin yanı sıra ücretler üzerindeki yükümlülükler olmaktadır. Bu çerçevede Bangladeş, Hindistan, Pakistan, Kamboçya ve Endonezya'nın ücretler üzerindeki düşük yükler ile de avantaja sahip oldukları görülmektedir.

2005 yılında çok taraflı mal ticareti anlaşması sonrasında küresel ticareti daha çok ikili ve bölgesel ticaret anlaşmaları şekillendirmeye başlamıştır. Bu nedenle Türkiye'nin AB ile gümrük birliği anlaşmasını güncellemesi ve diğer ülkeler ile serbest ticaret anlaşmaları yapar hale gelmesi hazır giyim ve triko sanayi ihracatı için destekleyici olacaktır.

İklim değişimi ile tüketici ihtiyaçları ve talepleri de değişim göstermektedir. Her şeyden önce daha hafif ve ince triko ürünlerine talep artmaktadır. Yünlü triko talebi azalmaktadır. Türkiye'de de daha ince ve hafif triko üretimi ihtiyacı öne çıkmaktadır. Bu çerçevede Türkiye'de triko sektörünün kaliteli ve yeterli iplik erişiminin sürdürülebilir kılınması sağlanmalıdır.

Küresel ölçekte triko talebine yönelik ortaya çıkan koşullar nedeniyle tek başına triko markası olarak perakende pazarda yer almak giderek zorlaşmaktadır. Birçok segmentteki trikolar daha çok, çok ürünlü moda perakende markalarının çatısı altına girmekte ve onların markaları ile perakende pazarda yer almaktadır. Türkiye'de de birçok önemli tekil triko markası bu baskı ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu markalar için ilave seçenekler diğer hazır giyim markaları ile iş birlikleri yapmak ve ortak satış kanalları kullanmak olmalıdır.

Küresel ölçekte tüketicilerin ve alıcıların sürdürülebilirlik hassasiyetleri artmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de hazır giyim sektörü ile triko sektöründe de sürdürülebilirlik ile azami uyumu sağlayacak adımların atılmasına devam edilmelidir. Ancak sürdürülebilirlik uyumu firmalar için artan oranda yatırım ve ilave finansman ihtiyacı da yaratmaktadır. Kamu bu çerçevede yapılan yatırım ve harcamaları teşvik kapsamına almalı ve uygun finansman olanakları sağlamalıdır.

Tüketicilerin ve alıcılar ile kanun yapıcıların birlikte oluşturduğu yeni koşullar üretici ve ihracatçı firmaları da bunlara uymaya zorunlu hale getirmektedir. Türkiye'de hazır giyim sanayi ve triko sanayi "social conduct" olarak adlandırılan sosyal koşullara azami ölçüde uyum göstermektedir. Birçok uluslararası etiket talebi karşılanmaktadır. Bu konuda iki ihtiyaç bulunmaktadır. Bunlardan ilki sosyal koşullara uyumun belgelenmesi sürecinde yurtiçinde gelişmiş ve yeterli test ölçme ve değerlendirme alt yapısının kurulmasıdır. İkincisi ise sosyal koşullara uyum sağlamayan firmaların yarattığı haksız rekabettir.

Hazır giyim ve triko sektöründe teknolojik gelişmeler üretim ve tüketim taraflarında artan oranda etkili olmaktadır. Tüketim tarafında özellikle satış kanalları çeşitlenmektedir. Fiziki satış kanalları daha çok dijital ve teknoloji tabanlı hizmetler sunarken, internet üzerinden satış payı da artmaktadır. Önümüzdeki dönemde internet üzerinden erişim ve satışların payının artışı sürdürmesi beklenmektedir. Önemli ve büyük pazarlarda ise internet üzerinden alışveriş eğiliminin farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte internet üzerinden satışın artacak olması üretim ve tedarik eğilimlerini de değiştirecektir. Daha sık ve küçük parti üretim ve tedarikler ile daha sık koleksiyonlara ihtiyaç artacaktır.

Triko sektöründe öngörülen eğilimler firmaların da yeni döneme ilişkin olarak yeniden yapılanmalarını, yeni yetkinlikler ile kapasiteler kazanmalarını zorunlu kılmaktadır.

Buna göre geleceğin triko firmaları öncelikle esnek yönetim becerilerine sahip olacaklardır. Daha hızlı-küçük parti-sık ve çok parti üretim ihtiyacını karşılamak için teknoloji tabanlı tedarik zinciri yönetimine geçilecektir. Nitelikli ve yetkin insan kaynakları (üretim bandı dışındakiler) genişleyecektir. Küresel ölçekte uygun, yeterli, kaliteli kumaş tedarikini yapabilecek ticaret kapasiteleri olacaktır. Ürün geliştirme ve inovasyon süreçleri giderek tedarikçilere kaymaktadır. Bu nedenle markaların yanı sıra tedarikçi firmaların da tasarım yetenekleri ile inovasyon ve ürün geliştirme kapasiteleri artacaktır.

Türkiye'de triko sanayi için diğer önemli ihtiyaçlar ve öneriler şunlardır; Türkiye'de yeterli ve kaliteli trikotaj ipliği üretim kapasitesinin korunması ve geliştirilmesi, mevcut nitelikli işgücünün korunması, yeni nitelikli işgücü yetiştirilmesi, işgücü üzerindeki kamu maliyet yükünün azaltılması, kayıt dışının ve haksız rekabet yaratan diğer üretim yöntemlerinin engellenmesi, esnek istihdam uygulamalarına olanak sağlanması, işe alınan yeni çalışanlar için uygulanan istihdam desteklerinin süresinin uzatılması, ithalatta uygulanan koruma önlemlerinin sürdürülmesi, ABD pazarı gibi büyük ölçekli alım yapılan pazarlar için sektörde işbirlikleri modelleri geliştirilmesi, yerli alım ofisi firmalarının kurulmasıdır.

Classification and Scope of Knitwear Industry

Knitwear industry is listed under the manufacture of wearing apparel (no. 14) division according to NACE industrial classification. Knitwear industry, which is the subject of our study, is classified with the number of 14.39. This group includes the following elements: manufacturing of knitted and crocheted garments and other finished goods; e.g. pulley, cardigan, jersey garments, jacket, waistcoat and similar products.

Knitwear Industry in Turkey

Knitwear industry has experienced a consolidation in the process of external competition and transformation it has encountered after 2005. The number of enterprises in knitwear industry that was 2,272 in 2005 decreased to 1,842 in 2013. This number increased to 1,974 in 2015 and stood at 1,925 in 2018.

Total number of employees in knitwear industry showed a significant fall between 2005 and 2010, from 77,934 to 66,224. The number rose to 93,910 in 2014. Following the declines in 2015 and 2016, it was realized as 86,840 in 2018.

Production value in knitwear industry has seen growth and improvement in nominal terms. The value increased from TRY 3.24 billion in 2005 to TRY 3.84 billion in 2010. A much swifter increase occurred during the subsequent years in the production value, which reached TRY 13.3 billion in 2018.

Value added created in knitwear industry showed a weak development between 2005 and 2010. With the consolidation experienced in the sector, value added performance weakened during the period. Much stronger increases were observed since 2010, with the number reaching TRY 2.72 billion in 2018.

Increase in the ratio of value added created to the production value indicates that a higher-value-added production is carried out. While the ratio was 19.33 percent in 2005 in knitwear industry, it saw a gradual increase, up to 22.44 percent in 2013. This trend was sustained, and the figure reached its peak with 22.85 percent in 2016, showing that the value-added structure improved after 2010 in the knitwear industry.

Production in knitwear industry followed a fluctuating course between 2005-2018. However, it increased by 128.1 percent cumulatively during that period. Producers' prices in knitwear industry increased by 106.3 percent between the same years.

Labor productivity increased by 104.7 percent between 2005 and 2018 in knitwear industry.

This is compared to a 56.5 percent increase in labor productivity realized in the overall manufacturing sector during the same period.

Between 2009 and 2018, production value per employee increased by 170.8 percent, which corresponds to a 57.8 percent of real increase when adjusted for producer price inflation of 71.6 percent. Production value per employee and productivity calculated in both nominal and real terms increased in knitwear industry during the period between 2009 and 2018.

Production of knitwear started in the first years of the Republic. Mass production was initiated with the factory manufacturing during the 1960s. Then in 1980 the export thrust in the knitwear industry began. The industry expanded into provinces apart from the three largest cities during 1990s. Progress in production technology, design and branding became prominent during 2000s in the industry. With its high production technology, knitwear industry today has taken its place among the countries with the highest quality and level of manufacturing capacity in the world. The year 2005 was another turning point for both the overall ready-made clothing industry and the knitwear industry. The impact of China, which has emerged in 2005 following the liberalization in the world trade, created a strong pressure throughout the world, especially in the ready-made clothing sector. Within a short period, China dominated all markets in cheap mass production.

The Turkish ready-made clothing and knitwear industries were also affected by this development and underwent a process of transformation and consolidation. Large-scale production activities in the sector transformed into ones that are small-scale, frequent and based on small batches, in order to meet the requirements of the fast fashion trend in the world. Firms have restructured themselves. Design and collection capacities, high value-added production, fast and small-batch delivery became prominent. Meanwhile, a fast expansion in fashion retail has begun within the domestic market. Numerous Turkish ready-made clothing brands emerged, a significant number of which started to go retail abroad as well.

The knitwear industry underwent the same transformation within that period. The industry tried to protect its competitive capacity by renewing its production technology. Production with higher value-added gained prominence. Improvements were achieved in quality and design for exports oriented towards the fast fashion trend. Following all those developments, Turkey has taken its place as one of the most significant manufacturers of the world, both qualitatively and quantitatively.

In total, 49,457 knitwear machines were imported between 2000 and 2018.

Taking both the previously established capacity and the renewals into consideration, it is estimated that the established capacity is around 42-45 thousand.

Accordingly, the knitwear capacity established in Turkey is estimated at about 450 million pieces per year, as of 2018.

Output in knitwear industry, which was 209.4 million in 2005, decreased until 2009, to 161.14 million. A gradual increase was experienced in the subsequent years, however. Output was 359.06 in 2018 following that uptrend.

Nearly all the manufacturer firms in knitwear industry are concentrated in Istanbul, Gaziantep and Izmir. 64 percent of the manufacturers are headquartered in Istanbul. Share of Gaziantep is 21 percent, and Izmir ranks as the third with 10 percent. Share of Denizli is 3 percent. The knitwear industry takes a limited place within the other key provinces carrying out textile and ready-made clothing activities.

Export activities of knitwear industry fell from USD 1.22 billion to USD 1.08 billion between 2005 and 2009, which was due to the liberalization in the world trade and the impact of China. A consolidation process was also experienced in the sector during that period. Knitwear export has showed an upward trend since 2010 and reached its peak with USD 1.93 billion in 2018.

Imports of knitwear on the other hand, showed a fast increase upon the development of domestic modern fashion retail. With the supplies by the domestic and foreign brands, knitwear imports increased up to USD 414 million in 2010. Protection precautions taken against imports following that fast increase caused imports to recede gradually, down to USD 162 million in 2018.

The exports were 144.49 million items in 2005, which climbed to 281.90 million in 2018. Meanwhile the imports rose from 10.84 million in 2005 to 48.4 million items in 2010, before plunging to 17.65 million in 2017.

95 percent of the export activities in knitwear industry originates from two sub-groups, namely the cotton knitwear products and knitwear products made of synthetic or artificial fibers.

The European Union countries continue to be the key export markets, with Germany, England and Spain being ranking the top three. Exports to France have decreased, while those carried out to the Netherlands, Belgium and Italy showing an upward trend. Meanwhile, exports to Iraq, Poland and Kyrgyzstan have increased significantly. The USA and Sweden have taken their places among the top 15 markets. During the 2010s, the volume of Turkey's ready-made cloth exports towards the nearby and neighboring countries began to increase.

Exports towards Russia, Iran, Israel, Ukraine, Romania, Bulgaria, Kazakhstan, Egypt, Morocco, Saudi Arabia, Algeria, Libya and Serbia have also risen.

Two product sub-groups are prominent in knitwear industry imports. These are knitwear products made of cotton, and those of artificial and synthetic fibers. Two biggest sources of imports are China and Bangladesh. That said, imports from these two countries declined to a considerable extent due to the protective measures.

Total expenses made for knitwear product were calculated at TRY 9.84 billion in 2018. The share of knitwear expenses within the total ready-made clothing expenses was estimated at 6.75 percent in 2018.

World Knitwear Industry

Various countries take place within the world knitwear industry with their functions in fashion, brand, manufacturing and export, while new countries are getting involved.

China continues to be the biggest manufacturer and exporter. However, because of the increasing production costs, China dislocates its production to the neighboring countries. Bangladesh and Vietnam have ranked as the second and third in the knitwear manufacturing and exports in the world. Their manufacturing capacities have grown sharply owing to investments, with the Chinese capital participating as well. Other Asian countries that have developed their manufacturing and export capacity are Cambodia, Indonesia, India, Pakistan, Myanmar and Thailand.

Italy maintains its leadership in fashion and quality in the world knitwear industry. It leads the industry with its brands. Although the production continues, the share of imported supply is increasing.

France, Germany and Spain are countries that are not manufacturers, but set the trends in fashion with their brands, as well as carrying out exports. The Netherlands and Belgium operate mostly in the fields of organization and retail trade.

Poland, Portugal, Romania and Croatia are emerging as producers in Europe.

With its manufacturing capacity, Turkey is the most important manufacturer and exporter country of the world in the segment of high value-added and quality products. It carries out manufacturing activities for world brands.

World knitwear expenses corresponds to an 11-12 percent of total ready-made clothing expenses. Growth in knitwear expenses is in line with that in ready-made clothing.

Knitwear expenses increased up to USD 204.4 billion in 2018. Demand for knitwear has been affected by the climate change-driven developments. Share of knitwear expenses within the total ready-made clothing expenses, which was 12.3 percent in 2008, decreased to 11.0 percent in 2018. Europe maintains its position as the biggest market with its share of 35 percent in knitwear expenses. The American market follows it with its share of 30 percent. The Asian market grew up to a share of 26 percent as the fastest growing market. The other regions make up a 9 percent of the global market.

World knitwear export volume was USD 34.55 billion in 2005. Beginning with that year, new countries started to participate in the manufacturing and export, as an outcome of the liberalization in world trade. Thus, growth accelerated in the volume of world knitwear exports, which reached USD 43.40 billion in 2010.

The pace of growth in the world knitwear exports began to normalize in the subsequent years and export showed fluctuations depending on the developments. World knitwear export volume increased to USD 53.66 billion in 2014. Following the decline due to the shrinkage in the global trade between 2015 and 2016, it showed a significant increase to USD 57.42 billion in 2018.

The share of knitwear exports within the world ready-made clothing exports, which was 12.01 percent in 2005, decreased to 11.74 percent in 2010. The number showed limited changes in the following years and registered at 11.79 percent in 2018.

Two of six sub-product groups have a significant share in world knitwear exports. These are cotton knitwear products and knitwear products made from synthetic and artificial fibers. Exports of these two groups were USD 23.12 billion and USD 25.9, respectively, in 2018.

The most significant development in the exports of these products were that the export of knitwear products made from artificial and synthetic fibers have grown faster and exceed that of cotton knitwear products, starting in 2015. This tendency is expected to continue in the following years.

Export of knitwear products made of wool started to increase despite the fluctuations in demand due the global climate change and seasonal variations. Exports of cashmere products also show a steady increase.

China's exports of USD 18.13 billion correspond to about a 31.6 percent of the world export volume. A sizable gap has arisen between the export volumes of China and its followers. Bangladesh ranks as the second and Vietnam as the third, both of which have become significant manufacturers and exporters. Hong Kong, which ranks as the fourth, mediates the trade.

These economies are followed by Italy, Germany, Turkey, Spain, France, the Netherlands and Belgium, which are the traditional European exporters.

Knitwear manufacturing and exports are improving significantly in Cambodia and Indonesia. Turkey ranks as the eighth country in world knitwear exports. Countries among the top 20 exporters are England, Poland, Denmark, Guatemala and the USA. Portugal, India and Pakistan are among the countries that have started to increase their output and export volumes.

Among those countries importing knitwear, the USA makes a 26.8 percent of the world imports with USD 15.26 billion. A great gap has arisen between the import volumes of the USA and the countries following it. Germany and Japan rank as the second and the third, respectively. France, the United Kingdom, and Hong Kong, which mediates the trade, follow them. Italy, Spain, the Netherlands and Belgium come after them as the traditional European importers. Canada and South Korea also carry out significant level of imports.

Other countries in the top 20 exporters are China, Switzerland, Poland and Russia, which have begun to increase their import volumes. As traditional European exporters, Denmark, Austria and Sweden remain within the top 20 importers.

Turkey's share within the world exports was 3.52 percent in 2005. However, the liberalization in the world trade, impact of China and the transformation process in the industry, led that share to fall to 2.66 percent by 2011. It began to recover in the subsequent years, reaching 3.51 percent in 2017. Thus, the share in 2005 was achieved once again.

Sub-product groups where the highest export shares have been achieved are cotton knitwear products (4.05 percent), and knitwear products made of synthetic and artificial fiber (3.04 percent). The export shares in the key export product groups have been rising since 2010.

Improvement Dynamics and Recommendations for the Knitwear Industry

Knitwear industry of Turkey has the fifth largest production capacity in the world after China, Bangladesh, Vietnam and India. Fast growing capacities of those countries create competitive pressure. While capacity is growing in Turkey, it is rather oriented towards fast-small batch and high value-added production. In this context, Turkish knitwear industry will encounter a pressure of capacity buildup from Cambodia, Indonesia and Pakistan in the near term.

Prices and manufacturing costs are determinative in the competition for other countries in manufacturer and exporter status.

Therefore, Turkey's knitwear industry manages the cost and price competition, while undergoing a process of higher value-added production and branding. Given the current production cost environment, price and cost competition for knitwear industry does not seem sustainable. Therefore, high value-added manufacturing and branding are becoming considerable options for the industry.

Apart from the net wages, obligations on the wages are decisive on the cost competition. It is seen that Bangladesh, India, Pakistan, Cambodia and Indonesia are also advantageous with respect to lower burdens on wages.

Following the multilateral goods trade agreement in 2005, global trade has been shaped mostly by bilateral and regional trade agreements. Therefore, updating customs union agreement with the EU and engaging in free trade agreements with other countries would support the exports of Turkey's ready-made clothing and knitwear industries.

Customers' needs and demands evolve in tandem with the climate change. Specifically, demand for lighter and thinner knitwear products is growing, while demand for woolen knitwear is diminishing. Need for thinner and lighter knitwear is increasing in Turkey. In this context, sustainable access of Turkish knitwear industry to quality and adequate thread should be ensured.

Due to the conditions emerged in the global knitwear demand, it is becoming more challenging to take place in the retail market merely as a knitwear brand. Knitwear products in many segments are gathered under the roof of the multi-product fashion retail brands; and take their place in the retail market with their brand names. Also in Turkey, various significant knitwear brands are exposed to this pressure. Cooperation with other ready-made clothing brands and using common sale channels should be additional options for those brands.

Consumer and purchaser sensitivity towards sustainability is increasing worldwide. Therefore, steps to ensure the maximum adaptation of the ready-made clothing and knitwear sectors to sustainability should continue in Turkey. However, this adaptation brings increasing investment requirements and additional financing needs to the firms. The government should include the investments and expenses within this scope into the incentive scheme and ensure the convenient financing opportunities.

New conditions created collectively by consumers, purchasers and lawmakers require manufacturing and exporting firms to adapt themselves. Ready-made clothing industry and knitwear industry in Turkey comply with the social conditions called as "social conduct" at the highest level. Numerous international labeling demands are met. There are two challenges within this framework.

The first is the establishment of adequate testing and assessment infrastructure developed in the foreign countries in the documentation process of the compliance with the social conducts. And the second is the unfair competition created by the firms which do not comply with the social conducts.

Technological developments in the ready-made clothing and knitwear sector have an increasing impact on both manufacturing and consumption aspects. Sales channels are becoming more diversified on the consumption side. While physical sale channels provide services on a more digital and technological basis, the share of online sales is increasing as well. This trend is expected to continue in the near future. It is also observed that the propensity to shop online differs in major and larger markets. Meanwhile, potential increase in the online shopping will also change the production and supply trends. Need for more frequent and small-batch manufacturing activities and supplies, as well as for more frequent collections, will grow.

Prospects in knitwear sector require firms to restructure for the new era, while obtaining new competencies and capacities.

Accordingly, knitwear firms of the future will primarily have flexible management skills. They will switch to technology-based supply chain management to meet the need for faster, small-batch, frequent and high-amount production. Their qualified and competent human resources (outside the production line) will expand. They will have commercial capacities to conduct appropriate, adequate and quality fabric supply on a global scale. Product development and innovation processes are shifting towards suppliers gradually. Therefore, design abilities and capacities of innovation and product development will increase in the suppliers as is the case with the brands.

Other significant requirements and recommendations for knitwear industry in Turkey are as follows: protection and development of adequate and quality knitting machine thread, maintaining of the existing labor force while raising new qualified labor, reducing the public cost burdens on labor, preventing unregistered and other production methods that create unfair competition, providing opportunity for flexible employment practices, extending the durations of employment supports applied to newly-hired employees, sustaining protection measures implemented on imports, developing cooperation models in the sector for the markets such as the US where large-scale purchase activities are made, and the establishment of local purchasing office firms.

1.1. Triko Sanayi Tarihi ve Gelişimi

Fransızcadaki “tricotage” kelimesi Türkçe diline triko olarak girmiş olup, trikot ya da çözümlü örme makinelerinde üretilen örme kumaşın adıdır.

Tek iplikli örme prensibinde, çözümlü örme makinelerinde üretilen trikonun tarihi milattan önceye dayanır. İplik yapımı, dokuma ve dikiş gibi tekniklerin M.Ö. 5000-6000 yıllarından beri uygulanıyor olmasına rağmen örmeciliğin başlangıç tarihi tam olarak bilinmemektedir. Yapılan arkeolojik kazılarda, örme işleriyle uğraşanların M.Ö. 6 ve 5. yüzyıllarda Orta Asya Türkleri ve Mısırlılar olduğu belirlenmiştir.

Örgü makinesi 1589 yılında İngiltere’de Nottingham yakınlarındaki Culverton köyünde William Lee tarafından bulunmuştur. Hiçbir ön bilgisi olmayan William Lee dakikada 600 ilmek civarında örebilen bir örgü makinesi yapmıştır. Bu makine örme sanayiinin temel taşı sayılmaktadır. Dakikada 600 ilmek atarak yüksek bir hızla çalışan bu makinenin her bir ilmek için ayrı iğnesi bulunmaktadır. Lee zamanla, başlangıçta yalnız düz yüzeyler örebilen makineyi geliştirerek, belirli biçimlerde parçaların örülmesine olanak sağlayan bir sistem de geliştirmiştir.

1758 yılında Jedediah Strutt, çift plakalı örgü tekniğini bulmuştur. Buluş, dünyada Derby Ribana makinesi olarak isimlendirilmektedir. Strutt, yatay hareket eden ikinci bir iğne sırasını kullanarak, istenildiğinde tek taraflı düz kumaş elde edebilmiştir.

1798’de ise Monsieur Decroix, iğneleri dairesel olarak döndüren kovanı keşfetmiştir. Yuvarlak örgü makinesinin çatısı böylelikle bulunmuştur. O zamana kadarki düz örgü makinesi sistemlerinden farklı olarak, burada kovan ve içindeki iğneler dairesel olarak dönmekte ve yine dairesel bir yol izlemektedirler. Böylece örgü oluşumu, dairesel olmanın verdiği avantajla daha hızlı bir hale sokulmuştur.

1805 yılında Joseph Marie Jacquard, Fransa’nın Lyon kentinde, dokuma makineleri için mekanik jakar tekniğini bulmuştur. Daha sonra bu teknik, örgü makinelerine uygulanarak delikli kartonlar vasıtasıyla iğneler, platinlere desen hareketi verilmiştir.

1847’de ise İngiliz Matthew Townsend, dilli iğneyi bularak örmecilik tarihinde yeni bir çığır açmıştır. Bu buluş, uzun zamandır bilinmekte olan kancalı iğnelerdeki baskı işlemini ortadan kaldırıp, mekanizmasını kolaylaştırarak el tezgahlarının süratlenmesini ve dolayısıyla maliyetlerin azalmasını sağlamıştır.

1852 yılında Theodor Groz, Ebingen’de fabrikasını kurduğu esnada Ernst Beckert, Chemnitz’de iğne yapımına başlamıştır. Her ikisinin de amacı örgü çoraplarına eğilmeyen ya da kırılmayan iğne üretmektir.

İğneler demirden değil, çelikten yapılacaktır. Elli binden fazla iğne çeşidi bulunan Groz-Beckert iğneleri, günümüzde her türlü örgü makinesi için üretilmektedir. Bugüne kadar neredeyse hiçbir ilmek problemi çıkmaması ise Groz-Beckert iğnelerinin en önemli özelliğidir.

Chemnitz’li A. Eisenstuck 1857 yılında, ilk defa çatı şeklinde çift plaka (iğne yatakları) olan örgü makinesini geliştirerek bu makinenin patentini almıştır.

1863 yılında ise Amerikalı mucit Isaac William Lamb, temel prensiplerini bugüne kadar koruyan kullanılabilir ilk örgü makinesini icat etmiştir. Bu makine, bugünkü teknolojiye benzer çelik yapısı ile dilli iğnelere hareket vermektedir. Lamb’in amacı, dikiş makineleri gibi, ailelerin kullanımına elverişli bir araç ortaya çıkarmaktır.

Bu makinede plakalar birbirine 45 derecelik açı ile çatı şeklinde durmaktadır ve Theodor Groz tarafından yapılan iğnelerin ayakları, üçgen şeklinde çelikler tarafından hareket ettirilmektedir. Mekik tarafından getirilen iplik, çelikler vasıtası ile yukarı kaldırılan iğnenin ağızına verilmekte ve yine çelik vasıtasıyla aşağıya çekilen iğnenin, eski ilmeğin üzerinden kayması ile yeni ilmek oluşturulmaktadır.

Lamb, 1865 yılında makinesini daha da geliştirerek, 30 çeşit örgü ve dakikada tahmini 4000 ilmek örebilmeyi başarmıştır. Fransa, İngiltere ve Belçika’da patentleri almış ve ABD’de iki fabrika kurmuştur. Aynı dönemde diğer sanayi şehirlerinde de örgü makinesi fabrikaları kurulmaya başlanmıştır.

Avrupa’da ilk fabrika (Dubied-Werke) Henri Eduard Dubied tarafından İsviçre’de kurulmuştur. Dubied fabrikasında üretilen makinelerin enlerinin genişlemesi ve değişik incelekte makinelerin geliştirilmesi ile değişik büyüklüklerde ve desenlerde trikolar üretilmeye başlanmıştır.

1870 yılında çift taraflı dilli iğnenin keşfi ve trikotaj makinelerinin yatay konuma getirilmesi, 1878 yılındaysa, dilli iğne ile örme yapan ilk yuvarlak örme makinesinin gerçekleştirilmesi, mekanik örmeciliğin yaygınlaşmasını sağlamıştır. 1870’li yıllarda makinelerde birtakım yenilikler de yapılmıştır. Örneğin, “torba örgü” üretilmeye başlanmıştır.

En önemli adım ise 1879 yılında, bir Alman firması olan Laue&Timaues tarafından, değişik yükseklikte ayakları olan iğnelerin yapılması ve özel çelik yapısıyla kısa ve uzun ayak iğneleri ayrı ayrı çalıştırarak yeni desen efektleri örebilmeye yeniliği ile atılmıştır.

Uzun araştırmalardan sonra, 1881 yılında 1x1 örgü başlangıcı ve lastik örebilme fikri geliştirmiştir. Çelik yapısında yeni düzeltmelere gidilerek ayar çelikleri ilave edilmiştir. Kısa bir süre sonra da “noppen” çelikleri fikri gündeme gelmiştir. Orta çeliğin tepe kısmı kesilerek inip çıkar duruma getirilmiştir.

Böylece iğneler yukarıya yarım çıkar hale gelmiş ve iğne, ağzına yeni ipliği aldıktan sonra geriye inerken eski ilmekte ağzında kaldığı için noppen örgü meydana gelmiş olmaktadır.

1880'li yılların ortalarında desenli örgü makineleri üretilmeye ve kullanılmaya başlanmıştır. Bunlar, sadece istenilen iğneleri çalıştırarak desen yapabilen makinelerdir. İğnelerin seçimi, Grosser firması tarafından icat edilen Jacquard çubukları tarafından gerçekleştirilmektedir.

Kasnaklar tarafından hareket ettirilen makinelerin ilk üretimi de aynı döneme rastlamaktadır. Bu makineler örmeye kolaylık getirmiş, fakat artırma ve eksiltme gibi birçok işlem için el emeği ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Üretim teknolojisindeki ilerlemeler ile üretilen triko eşyalar dünya pazarlarında büyük rağbet görmüş ve triko sektörü, sürekli bir talep artışı ile karşı karşıya kalmıştır.

Bunun üzerine makine imalatçıları, elle yapılan faaliyetleri otomatikleştirmenin yollarını aramaya başlamışlardır. 1886 yılında Albin Beyer tarafından geliştirilen makinenin imal edilmesi ile otomatikleşme sağlanmıştır. Beyer, o zamana kadar çözümsüz kalan otomatik artırma ve eksiltme sorunlarını hallederek, ilk Reglan örgü makinesini imal etmiştir. Bu buluş, örgü makinelerinin gelişim tarihinde yeni bir çığır açmıştır. 1888 yılında Grosser firması, ilk torba çelikli makineyi üretmiştir. Bu makine maliyetlerin düşmesini de sağlamıştır.

1891 yılı düz örgü makineleri için çok önemli bir yıl olmuştur. Heinrich Stoll çok kullanışlı ve etkin çalışan "Links/Links" düz örgü makinesini yapmıştır. Trikotaj sanayiinin talebi de yüksek randımanlı bu makinelere yöneliktir. Makine, 1893 yılında Uluslararası Chicago Fuarı ile dünyaya tanıtılmış ve büyük bir satış patlaması yapmıştır.

1892 yılında ise Henri Eduard Dubied çok önemli bir gelişme kaydetmiştir. O güne kadar iğne dillerini açmak için kullanılan çelik bıçakların yerine, at kılından yapılmış fırçaları kullanmıştır. Böylece sık sık meydana gelen iğne kırılmalarını minimuma indirmiştir. Bu firmalar 1895'te yaylanabilir torba çeliklerini imal etmiştir. Bu çelik yapısıyla, çok dar parçalar da torba örgü olarak örülebilir hale gelmiştir.

Daha sonra bu torba çelikleri noppen çelikleri ile kombine edebilme çalışmaları başlamıştır. Bu çelik yapısı ile örgü makinelerinde artık "Lastik, Fang, Selanik, Tek Plaka ve Torba" gibi her türlü desen örülebilir hale gelmiştir. İlave sürgülerle, çeliklere istenilen hareket verilebildiği için, bugün anladığımız anlamda kazak örülebilir el makinelerinin, yani 1900'lü yılların mekanik makinelerinin temeli o yıllarda atılmıştır.

1900'lü yıllarda ise jakar sisteminin trikotaj makinesinde kullanımı ile büyük raporlu desenlerin örme sanayinde yapılması sağlanmıştır. Bu sistem, yapılan geliştirme çalışmaları ile yerini tanburlu mekanik sistemlere bırakmıştır. Yuvarlak makinelerde ise numaranın incelenmesi ve çapının genişlemesi gibi gelişmeler yaşanmıştır.

Bileşik iğnenin kullanımına rastlanılan 1900'lü yılların başlarında, aktarma sistemi trikotaj makinelerine uygulanmış, düz ve jakarlı olmak üzere iki sistemli trikotaj makineleri yapılmıştır. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızla ortaya çıkan yapay elyaf ve ipliklerin de etkisiyle makineler, yeni örme metotları ve örgü çeşitleri de hızla gelişmiştir.

En büyük yenilik, 1963 yılında ITMA-Hannover Uluslararası Tekstil Makineleri Fuarı'nda, örme teknolojisinde elektroniğin kullanılmasıyla yaşanmıştır. Elektronik sanayiindeki hızlı gelişmenin trikotaj teknolojisine de yansımaları ile son otuz yılda makine donanımlarında çok sayıda yenilikler ortaya çıkmış, çeşitli otomatik ve güvenlik donanımlarının yanı sıra ikaz sistemleri, hata payını azaltarak, üretimin artmasına yardımcı olmuştur.

Optik okuyucular ve renk seçiciler sayesinde desenlendirme alanına da giren elektronik, sektöre, çok geniş desenlendirme kolaylığı ve çeşitliliği sağlamıştır. Yüzey doku kalitesi yönünden de verimliliği arttırmıştır.

1980'li yıllarda ayar motorların kullanılmaya başlaması, vuruşlu sistemlerin yerini bu motorlara bırakmasına neden olmuştur. Mekik tulumbaları, manyetik olarak hareketlendirilmiş ayar motorları yardımıyla modellerde çok fazla sayıda ayar kullanma imkânı sağlamıştır. 1980'li yılların sonlarında ise ayar motorların ve ana tahrikte paletli sistemlerin kullanılması kafanın (semer) kısa dönüş yapmasına olanak tanımış ve üretimde önemli artış sağlanmıştır.

Fantezi ve desenli kumaşların örülmesinde bilgisayar ve örme makinesinin bir arada çalışması 1987 yılındaki ITMA fuarının en önemli özelliği olmuştur. ITMA 91'de ise elektronik kullanımının çok büyük aşama kaydettiği gözlenmiştir. Bu fuarda sergilenen tüm makineler bilgisayar kontrolündedir ve elektrikli kumanda sayesinde olağanüstü teknik gelişmeler sağlandığı gözlenmiştir.

1990'lı yılların başlarında konfeksiyon maliyetini sıfıra indirmek amacıyla, komple ürün çıkaran makinelerin yanında, sistem sayıları artırılarak birim zamanda daha çok üretim yapan, çalışma genişliği yüksek elektronik triko makineleri geliştirilmiştir.

Dokunmatik şekilde çalışan, aynı üründe iki farklı iğne inceliğinde örgü yüzeyleri elde edebilen makineler ise triko sektörüne 2000 yılının başlarında büyük bir hızla girmiştir.

1.2. Triko Sanayinin Sınıflaması ve Kapsamı

Triko sanayi NACE sanayi sınıflaması içinde 14 no'lu giyim eşyalarının imalatı sanayi altında ve içinde yer almaktadır. Bu sınıflandırmaya göre giyim eşyalarının imalatı sanayinin kapsamı aşağıda sunulmaktadır.

14 Giyim Eşyalarının İmalatı Sanayi

Bu bölüm, herhangi bir malzemeden (örneğin deri, kumaş, örgü ve kroşe kumaşlar vb.) giysilerin (örneğin dış giyim eşyaları, erkekler, kadınlar ve çocuklar için iç çamaşırları; iş kıyafetleri, veya günlük giysiler vs.) ve aksesuarların dikim faaliyetlerini (hazır giyim, konfeksiyon veya ismarlama elbise yapılması) kapsamaktadır. Yetişkinler ve çocuklar için üretilen giysiler veya modern ve geleneksel giysi üretilmesi arasında herhangi bir fark bulunmamaktadır. 14. bölüm ayrıca kürk sanayini (kürkten yapılan derileri ve giyim eşyalarını) de kapsamaktadır.

Giyim eşyaları sanayi sınıflaması üç ana grupta toplanmaktadır. Kürk hariç giyim eşyaları, kürkten eşyalar ile trikotaj ve tiğ işi ürünlerin imalatı.

14.1 Kürk hariç, giyim eşyası imalatı

14.11 Deri giyim eşyası imalatı

14.12 İş giysisi imalatı

14.13 Diğer dış giyim eşyaları imalatı

14.14 İç giyim eşyası imalatı

14.19 Diğer giyim eşyalarının ve aksesuarlarının imalatı

14.2 Kürkten eşya imalatı

14.3 Örme (trikotaj) ve tiğ işi ürünlerin imalatı

14.31 Örme (trikotaj) ve tiğ işi çorap imalatı

14.39 Örme (trikotaj) ve tiğ işi diğer giyim eşyası imalatı

14.39 Örme (trikotaj) ve tiğ işi diğer giyim eşyası imalatı

Çalışmamızın konusunu oluşturan triko sanayi 14.39 numara ile sınıflandırılmaktadır.

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; örme (trikotaj) ve tiğ (kroşe) giyim eşyası ve diğer tamamlanmış eşyanın imalatı; kazak, hırka, jarseden giyim eşyası, ceket, yelek ve benzeri ürünler.

Kapsam dışı olanlar;

Örme (trikotaj) ve tiğ işi kumaşların imalatı, bkz. 13.91.

Çorap imalatı, bkz. 14.31.

Ürün Kodu	Ürün Tanımı
14.39.10	Süveter, kazak, hırka, yelek ve benzeri eşyalar (örgü (triko) veya tiğ işi (kroşe))
14.39.10.31.00	Erkekler veya erkek çocukları için kazak, süveter, sweatshirt (s-shirt), yelek ve hırka, yünden veya ince hayvan kılından yapılmış (yün içeriği % 50'ye eşit veya daha fazla ve ağırlık itibarıyla 600 grama eşit veya daha fazla olan kazak ve süveterler hariç)
14.39.10.32.00	Kadınlar veya kız çocukları için kazak, süveter, sweatshirt (s-shirt), yelek ve hırka, yünden veya ince hayvan kılından yapılmış (yün içeriği % 50'ye eşit veya daha fazla ve ağırlık itibarıyla 600 grama eşit veya daha fazla olan kazak ve süveterler hariç)
14.39.10.33.00	Kazak ve süveterler, ağırlığına göre yün içeriği \geq % 50 ve parça başına ağırlığı \geq 600 gr olanlar
14.39.10.53.00	Kazak ve süveterler, pamuktan yapılmış (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka olanlar)
14.39.10.55.00	Kazak ve süveterler, suni ve sentetik elyaftan yapılmış (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka olanlar)
14.39.10.61.01	Erkek/erkek çocuk için hırka, pamuktan, örgü (triko) veya tiğ işi (kroşe) olanlar (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.61.02	Erkek/erkek çocuk için yelek, pamuktan, örgü (triko) veya tiğ işi (kroşe) olanlar (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.61.03	Erkek/erkek çocuk için hırka/yelek benzeri eşya, pamuktan, örgü (triko) veya tiğ işi (kroşe) olanlar (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.62.01	Kadın/kız çocuk için hırka, pamuktan, örgü (triko) veya tiğ işi (kroşe) olanlar (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.62.02	Kadın/kız çocuk için süveter, pamuktan, örgü (triko) veya tiğ işi (kroşe) olanlar (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.62.03	Kadın/kız çocuk için hırka/süveter benzeri eşya, pamuktan, örgü (triko) veya tiğ işi (kroşe) olanlar (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.71.00	Erkekler veya erkek çocukları için kazak, sweatshirt (s-shirt), süveter, yelek ve hırka, suni ve sentetik elyaftan yapılmış (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.72.00	Kadınlar veya kız çocukları için kazak, sweatshirt (s-shirt), süveter, yelek ve hırka, suni ve sentetik elyaftan yapılmış (hafif ince örgüden sıfır, polo veya balıkçı yaka kazak ve süveter hariç)
14.39.10.90.00	Kazak, sweatshirt (s-shirt), süveter, yelek ve hırkalar, tekstil malzemelerinden yapılmış (yün, ince hayvan kılı, pamuk, suni ve sentetik elyaftan yapılanlar hariç)

Tablo 1: NACE.2 Sınıflamasına Göre Triko Sanayinin Ayrıntılı Kapsamı.



2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji

Triko sanayinin gelişimi girişim sayısı, üretim, katma değer, istihdam, verimlilik, dış ticaret, iç pazar gibi temel göstergeler kullanılarak değerlendirilmektedir. Bu temel göstergeler için başta Türkiye İstatistik Kurumu olmak üzere resmi kurumların istatistik verileri kullanılmaktadır.

Triko sanayinin girişim sayısı, üretim, katma değer ve istihdam göstergeleri için Türkiye İstatistik Kurumunun yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri kullanılmaktadır. Bu göstergeler için NACE.2 sınıflandırmasında güncel veriler 2003 ile 2017 yıllarına ait bulunmaktadır. 2018 yılı için gerçekleşme tahminleri yine Türkiye İstatistik Kurumu'nun diğer verilerinden yararlanılarak hesaplanmaktadır.

Yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri, 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 sanayi ve hizmet istatistikleri 2009 yılından itibaren NACE Rev.2'ye göre sınıflandırmaktadır.

Yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri 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 triko sanayinin girişim sayısı, istihdam, üretim değeri ve katma değer göstergelerine ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır. Değerlendirmelerde Türkiye İstatistik Kurumu'nun yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri verileri kullanılmaktadır. Bu istatistiklerde 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.

Toplam çalışan Sayısı; ücretli çalışanlar ile geçici çalışanları, ücretsiz çalışanları, staj ve benzeri statüde çalışanlar gibi tüm çalışanları kapsamaktadır.

Üretim değeri; satışa dayalı, stok değişmelerini 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.

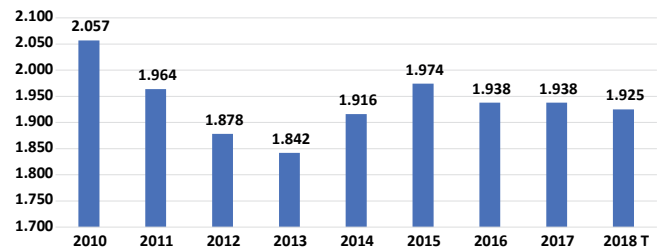
2.2. Temel Göstergeler

Triko sanayinde girişim sayısında 2005 ile 2013 yılları arasında sürekli bir gerileme yaşanmıştır. 2005 yılında 2.272 olan girişim sayısı 2010 yılında 2.057'ye 2013 yılında ise 1.842'ye düşmüştür. Triko sanayi, hazır giyim sanayinin 2005 yılından sonra karşılaştığı dış rekabet ve dönüşüm sürecinde konsolidasyon yaşamıştır. 2014 yılında girişim sayısı 1.916'ya, 2015 yılında ise 1.974'e yükselmiştir. İzleyen yıllarda girişim sayısının istikrar kazandığı görülmektedir. 2018 yılında girişim sayısı 1.925 adet olarak gerçekleşmiştir.

2005 yılından sonra hazır giyim sanayindeki girişim sayısında ise farklı bir eğilim görülmektedir. 2005 yılında 47.503 olan girişim sayısı 2014 yılına kadar artarak 61.953 adete ulaşmıştır. 2015 yılından sonra ise girişim sayısında bir gerileme yaşanmaktadır. Bu gelişmeler çerçevesinde triko sanayinin hazır giyim sanayi içinde girişim sayılarının payı da 2005 yılında yüzde 4,8 iken, 2013 yılında yüzde 3,0'e kadar düşmüş, ardından yükselerek 2018 yılında yüzde 3,3 olmuştur.

Yıllar	Triko Sanayi	Hazır Giyim Sanayi	Triko Sanayi Pay (%)
2005	2.272	47.503	4,8
2009	2.156	51.142	4,2
2010	2.057	51.176	4,0
2011	1.964	53.023	3,7
2012	1.878	59.174	3,2
2013	1.842	60.983	3,0
2014	1.916	61.953	3,1
2015	1.974	58.496	3,4
2016	1.938	56.910	3,4
2017	1.938	57.300	3,4
2018	1.925	57.640	3,3

Tablo 2: Triko Sanayinde Girişim Sayıları
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.



Grafik 1: Triko Sanayinde Girişim Sayıları
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

Triko sanayinde toplam çalışan sayısı 2005 ile 2010 arasında önemli bir kayıp yaşamıştır. Triko sanayinde 2005 yılında toplam çalışan sayısı 77.934 iken bu sayı 2010 yılında 66.224'e düşmüştür. Triko sanayinde çalışan sayısı 2011 yılından itibaren ise tekrar artışa geçmiştir.

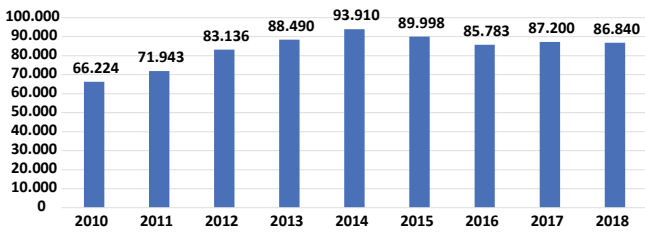
Toplam çalışan sayısı 2011 yılında 71.943'e, 2014 yılında ise 93.910'a kadar yükselmiştir. Toplam çalışan sayısı 2015 ve 2016 yıllarında ise yeniden önemli bir düşüş göstermiştir. Toplam çalışan sayısı 2017 ve 2018 yıllarında göreceli olarak istikrarlı kalmış ve 2018 yılında 86.840 olarak gerçekleşmiştir. Triko sanayinde istihdam 2005 yılından sonra dalgalı bir seyir izlemiştir.

Hazır giyim sanayinde ise 2005-2009 yılları arasındaki istihdam kaybı ardından istihdamın artış eğilimi içinde olduğu görülmektedir. 2005 yılında 430.572 olan toplam istihdam 2009 yılında 382.559'a gerilemiş, ardından artış eğilimine girerek 2018 yılında 577.593'e ulaşmıştır. Bu gelişmeler çerçevesinde triko sanayinin hazır giyim sanayi toplam istihdamı içindeki payı da 2005 yılında yüzde 18,1 iken 2018 yılında yüzde 15,03'e kadar gerilemiştir.

Yıllar	Triko Sanayi	Hazır Giyim Sanayi	Triko Sanayi Pay (%)
2005	77.934	430.572	18,10
2009	61.018	382.559	15,95
2010	66.224	413.386	16,02
2011	71.943	453.325	15,87
2012	83.136	512.869	16,21
2013	88.490	542.888	16,30
2014	93.910	564.025	16,65
2015	89.998	553.495	16,26
2016	85.783	536.829	15,98
2017	87.200	544.659	16,01
2018	86.840	577.593	15,03

Tablo 3: Triko Sanayinde İstihdam

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.



Grafik 2: Triko Sanayinde İstihdam

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

Triko sanayinde üretim değeri nominal olarak büyüme ve gelişme göstermektedir. Triko sanayinde 2005 yılında 3,24 milyar TL olan üretim değeri 2010 yılında 3,84 milyar TL'ye yükselmiştir. İzleyen yıllarda üretim değerinde daha hızlı bir artış yaşanmaktadır. Üretim değeri 2013 yılında 6,7 milyar TL ve 2015 yılında ise 8,5 milyar TL olduktan sonra artışını sürdürmüştü ve 2018 yılında 13,3 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Hazır giyim sanayinin üretim değeri de aynı dönemde nominal olarak artış eğilimindedir.

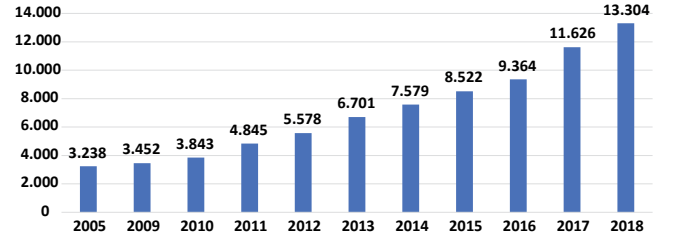
2005 yılında 24,88 milyar TL olan üretim değeri 2018 yılında 108,75 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Bu gelişmeler çerçevesinde triko sanayinin üretim değerinin hazır giyim sanayi üretim değeri içindeki payı 2005 yılında yüzde 13,02 iken 2010 yılında yüzde 11,71'e gerilemiş, ardından payda dalgalanmalar yaşanmıştır. 2013 yılında tekrar yüzde 13,25'e çıkan pay 2018 yılında yüzde 12,23 olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Triko Sanayi	Hazır Giyim Sanayi	Triko Sanayi Pay (%)
2005	3.238	24.878	13,02
2009	3.452	28.267	12,21
2010	3.843	32.821	11,71
2011	4.845	40.193	12,05
2012	5.578	44.541	12,52
2013	6.701	50.580	13,25
2014	7.579	60.631	12,50
2015	8.522	68.939	12,36
2016	9.364	74.889	12,50
2017	11.626	91.020	12,77
2018	13.304	108.745	12,23

Tablo 4: Triko Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.



Grafik 3: Triko Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

Katma değer yıllar itibariyle üretim faktörlerine yapılan ücret, kar, faiz ve kira ödemeleri toplamlarından oluşmaktadır. Triko sanayinde yaratılan katma değer 2005 ile 2010 yılları arasında zayıf bir gelişme göstermiştir. Bu dönemde sektörde yaşanan konsolidasyon ile yaratılan katma değerde de performans zayıflamıştır. 2010 yılından itibaren yaratılan katma değerde daha kuvvetli artışlar görülmektedir. 2005 yılında 626 milyon TL olarak yaratılan katma değer izleyen yıllarda artışını sürdürmüştü ve 2018 yılında 2,72 milyar TL'ye ulaşmıştır.

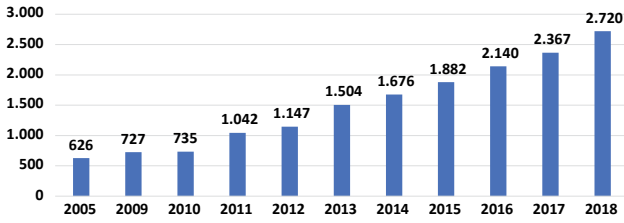
Hazır giyim sanayinde ise yaratılan katma değer yine 2005-2010 yılları arasında zayıf bir performans göstermiştir. Sektörde 2005 yılında yaşanmaya başlanan dış rekabet baskılı dönüşüm katma değeri zayıflatmıştır. 2010 yılından itibaren ise yaratılan katma değerde önemli bir artış yaşandığı görülmektedir.

2010 yılında 6,29 milyar TL olan katma değer 2018 yılında 24,74 milyar TL'ye kadar yükselmiştir.

Triko sanayinin hazır giyim sanayi içindeki katma değer payı dalgalanma göstermektedir. 2005 yılında yüzde 13,37 olan pay 2011 yılında yüzde 12,42'ye inmiş, 2013 yılında ise tekrar yüzde 13,27'ye çıkmıştır. İzleyen yıllarda ise gerileyen pay 2018 yılında yüzde 10,99'a inmiştir.

Yıllar	Triko Sanayi	Hazır Giyim Sanayi	Triko Sanayi Pay (%)
2005	626	4.679	13,37
2009	727	5.585	13,01
2010	735	6.290	11,69
2011	1.042	8.391	12,42
2012	1.147	9.097	12,61
2013	1.504	11.338	13,27
2014	1.676	13.217	12,68
2015	1.882	15.320	12,28
2016	2.140	17.491	12,23
2017	2.367	20.662	11,46
2018	2.720	24.740	10,99

Tablo 5: Triko Sanayi Katma Değeri (Milyon TL)
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.



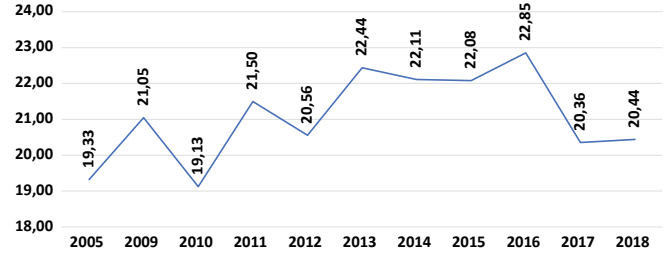
Grafik 4: Triko Sanayinde Katma Değeri (Milyon TL)
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

İmalat sanayinde üretim yapan sektörlerde yaratılan katma değer ile üretim değeri arasındaki ilişki üretimdeki katma değer seviyesini ve yaratılan katma değerdeki gelişmeyi göstermektedir. Yaratılan katma değerinin üretim değeri içindeki payının artması daha yüksek katma değerli üretim yapıldığını göstermektedir.

Triko sanayinde yaratılan katma değerinin üretim değerine oranının 2005 yılından sonraki gelişimi aşağıda sunulmaktadır. Buna göre 2005 yılında yüzde 19,33 olan oran 2013 yılında yüzde 22,44'e kadar sürekli bir artış içinde olmuştur. Artış eğilimi sürmüştü ve oran 2016 yılında yüzde 22,85 ile en yüksek seviyeye çıkmıştır.

Triko sanayinde yaratılan katma değerinin üretim değeri içindeki payı 2017 ve 2018 yıllarında ise gerilemiş ve 2018 yılında yüzde 20,44 olarak gerçekleşmiştir.

Triko sanayinde 2010 yılından sonra yıllar itibariyle benzer bir katma değerli üretim yapıldığı görülmektedir. Sektör daha yüksek katma değerli ürünlerin üretimine geçişi henüz tam olarak sağlayamamıştır.



Grafik 5: Triko Sanayinde Yaratılan Katma Değerin Üretim Değeri İçinde Payı (Yüzde)
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verilerinden hesaplanmıştır.

2.3. Hazır Giyim Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler

Triko sanayinin temel göstergeler itibariyle hazır giyim sanayinin genelinden aldığı paylar ve bu paylardaki gelişmeler aşağıda tekrar birlikte sunulmaktadır. Değerlendirmeler 2005-2018 yılları arasında dönem için yapılmaktadır.

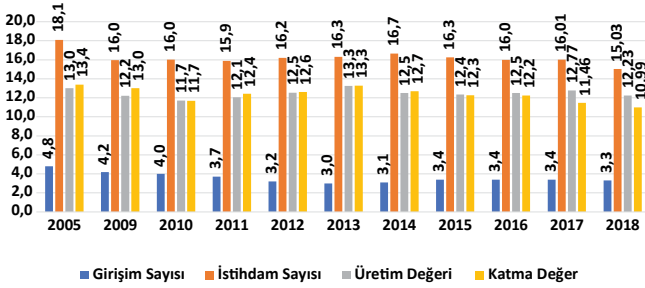
Buna göre triko sanayinin hazır giyim sanayi içindeki paylarında 2005 ile 2010 yılları arasında kayıplar yaşadığı görülmektedir. 2005 yılında dünya ticaretindeki serbestleşme ve Çin etkisi ile başlayan dış rekabet baskısı Türk hazır giyim sanayini olumsuz etkilemiştir. Sektör genel bir dönüşüm süreci içine girmiştir. Dönüşüm süreci özellikle 2010 yılına kadar oldukça şiddetli geçmiş ve sektörde önemli bir konsolidasyon yaşanmıştır.

2005-2010 arasındaki bu dönüşüm sürecinde hazır giyim sanayinin alt grupları olan dokuma giyim, örme giyim, iç giyim, spor giyim, çorap ve denim giyim farklı etkiler yaşamıştır. Hazır giyim sanayinin bir diğer önemli alt grubu olan triko sanayi ise 2005-2010 arasındaki dönüşümde ortalamanın üzerinde etkilenmiş ve bu dönemde hazır giyim sanayi içindeki payında kayıplar yaşamıştır.

2010 yılından itibaren ise triko sanayinin hazır giyim sanayi içindeki temel göstergelerden aldığı paylarda sınırlı gerilemeler yaşanmakla birlikte göreceli bir istikrara kavuştuğu görülmektedir. İstihdam ve girişim sayısındaki paylarda gerileme sürerken üretim ve katma değerde payların istikrar kazanması triko sanayinde konsolidasyonun halen sürdüğünü göstermektedir. Bir diğer deyişle üretim faaliyetleri daha az sayıda rekabetçi girişimde toplanmaktadır.

Yıllar	Girişim Sayısı	İstihdam	Üretim Değer	Katma Değer
2005	4,8	18,10	13,02	13,37
2009	4,2	15,95	12,21	13,01
2010	4,0	16,02	11,71	11,69
2011	3,7	15,87	12,05	12,42
2012	3,2	16,21	12,52	12,61
2013	3,0	16,30	13,25	13,27
2014	3,1	16,65	12,50	12,68
2015	3,4	16,26	12,36	12,28
2016	3,4	15,98	12,50	12,23
2017	3,4	16,01	12,77	11,46
2018	3,3	15,03	12,23	10,99

Tablo 6: Triko Sanayinin Hazır Giyim Sanayi İçinde Payı (Yüzde)
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verilerinden hesaplanmıştır.



Grafik 6: Triko Sanayinin Hazır Giyim Sanayi İçinde Payları (Yüzde)
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verilerinden hesaplanmıştır.

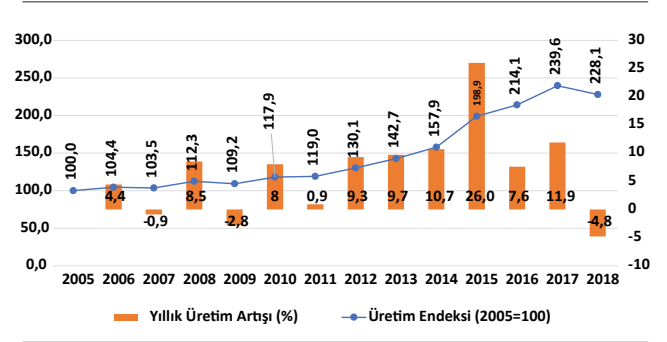
2.4. Sanayi Üretimi

Triko sanayinde üretim 2005-2018 yılları arasındaki dönem için incelenmekte ve değerlendirilmektedir. 2005-2018 yılları arasında üretimde dalgalanmalar yaşanmıştır. Buna karşın üretim 2005-2018 yılları arasında kümülatif olarak yüzde 128,1 artmıştır. Triko sanayi üretiminde bu dönemde önemli bir artış gerçekleşmiştir.

Triko sanayinde üretim 2005-2011 yılları arasında dalgalanma göstermiş ve üretimde gerilemeler de görülmüştür. 2005-2011 yılları arasında toplam üretim artışı sadece yüzde 19,0 olmuştur.

2012 yılında itibaren ise triko sanayi üretiminde yıllar itibarıyla istikrarlı ve hızlı bir büyüme yaşanmaktadır. 2012-2017 yılları arasında üretimde iki katına yakın bir artış yaşanmıştır. 2018 yılında ise üretimde yüzde 4,8 gerileme olmuştur.

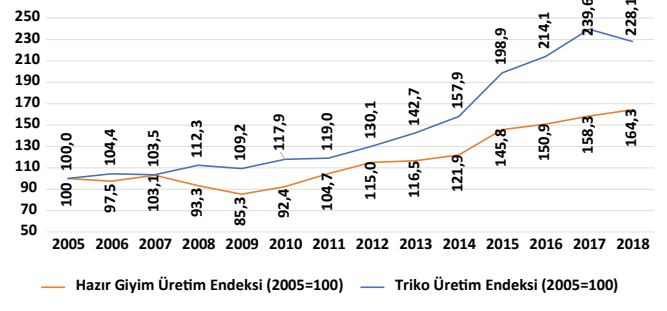
Triko sanayinde 2012 yılından itibaren özellikle ithalata getirilen koruma önlemleri ile üretimde artış yaşandığı görülmektedir. 2018 yılındaki gerileme ise daha çok ekonomide yaşanan krizin bir etkisi olarak ortaya çıkmıştır.



Grafik 7: Triko Sanayi Üretimi
Kaynak: TÜİK, Sanayi Üretim Endeksi.

Triko sanayi ile hazır giyim sanayinin üretimindeki gelişmeler aşağıda karşılaştırılmaktadır. Buna göre 2005-2011 yılları arasındaki dönüşüm sürecinde hem triko sanayi hem de hazır giyim sanayi üretiminde zayıf bir gelişme yaşanmıştır. 2012 yılından itibaren ise üretimde büyüme hızlanmıştır.

Triko sanayinde üretimin 2012 yılından sonra hazır giyim sanayi üretimine göre daha hızlı bir artış sağladığı görülmektedir. Triko sanayi özellikle 2012 yılından sonra konsolidasyon sürecinin de katkısı ile üretimde sektörün oldukça üzerinde bir büyüme göstermiştir.

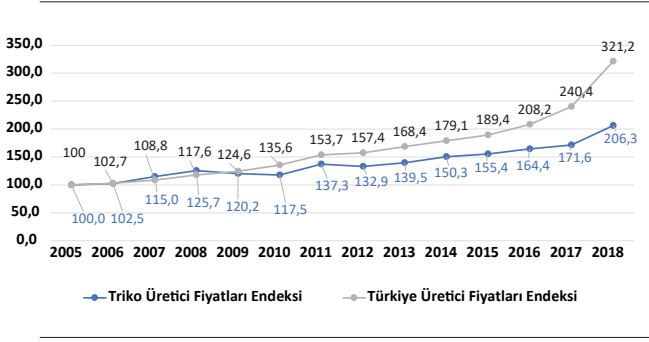


Grafik 8: Triko Sanayi ve Hazır Giyim Sanayi Üretimi
Kaynak: TÜİK, Sanayi Üretim Endeksi.

Triko sanayinde üretimi etkileyen bir unsur maliyetler ve maliyetlere bağlı olarak oluşan üretici fiyatlarıdır. Triko sanayinde 2005-2010 arasında üretici fiyatlarında sınırlı bir artış yaşanmıştır. Enflasyondaki gerileme, Türk lirasının değer kazanması ve triko sektöründe yaşanan konsolidasyon üretici fiyatlarındaki artışı sınırlamıştır.

2011 yılındaki artış sonrası üretici fiyatları 2012-2014 döneminde yine sınırlı bir artış göstermiştir. 2014-2017 arasında ise üretici fiyat artışları hızlanmıştır. Üretici fiyatlarında esas artış yüzde 20,2 ile 2018 yılında gerçekleşmiştir. Enflasyon, faiz oranları ve döviz kurlarındaki artışlar ile üretici fiyatları önemli ölçüde yükselmiştir.

Türkiye genelinde aynı dönemde üretici fiyatları ise yüzde 221,1 yükselmiştir. Triko üretici fiyat artışı 2005-2018 arasında daha düşük kalmıştır.

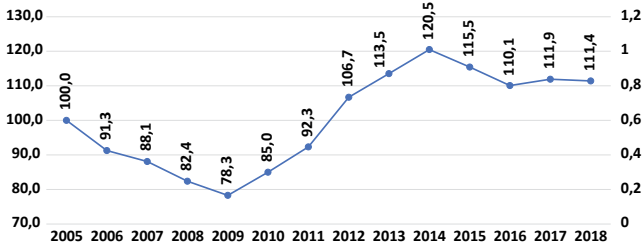


Grafik 9: Triko Sanayi Üretici Fiyatları Endeksi ve ÜFE (2005=100)
Kaynak: TÜİK, Sanayi Üretim Endeksi.

2.5. İstihdam ve İşgücü Verimliliği

Triko sanayinde istihdam 2005-2009 arasında önemli bir düşüş göstermiştir. Bu dönemde istihdam yüzde 21,7 azalmıştır. İstihdam 2009-2014 arasında ise bu kez yüzde 53,9 artış göstermiştir. İzleyen yıllarda ise istihdam tekrar gerileme eğilimine girmiş ve 2014-2018 arasında istihdam yüzde 7,6 gerilemiştir.

Triko sanayinde istihdamda görülen bu dalgalanma ardından 2005-2018 arasında toplam istihdam yüzde 11,4 artmıştır. Triko sanayinde yaşanan konsolidasyon ve toplulaşma ile istihdamda yaşanan dalgalanma giderek normalleşmeye başlamıştır.



Grafik 10: Triko Sanayinde İstihdam Endeksi (2005=100)
Kaynak: TÜİK, Sanayi İşgücü Girdi Endeksi.

Yıllar	İstihdam Endeksi	Üretim Endeksi	İşgücü Verimlilik Endeksi
2005	100,0	100,0	100,0
2006	91,3	104,4	114,4
2007	88,1	103,5	117,5
2008	82,4	112,3	136,3
2009	78,3	109,2	139,5
2010	85,0	117,9	138,7
2011	92,3	119,0	128,9
2012	106,7	130,1	122,0
2013	113,5	142,7	125,7
2014	120,5	157,9	131,0
2015	115,5	198,9	172,2
2016	110,1	214,1	194,5
2017	111,9	239,6	214,1
2018	111,4	228,1	204,7

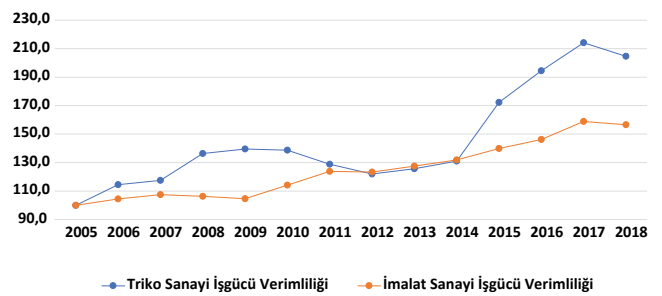
Tablo 7: Triko Sanayinde İşgücü Verimliliği
Kaynak: TÜİK, Sanayi Üretim Endeksi, Sanayi İşgücü Girdi Endeksi.

Triko sanayinde işgücü verimliliği, istihdam başına üretimdeki değişim ile ölçülmektedir. 2005 ile 2018 yılları arasında hem üretimde hem de istihdamda artışlar gerçekleşmiştir. Bu dönemde istihdam yüzde 11,4, üretim ise yüzde 128,1 yükselmiştir.

Bu verilerden yapılan hesaplamalara göre triko sanayinde 2005-2018 arasında işgücü verimliliği yüzde 104,7 artmıştır. İşgücü verimliliği triko sanayinde konsolidasyonun yaşandığı 2005-2012 döneminde sınırlı artış göstermiştir.

2012 yılından sonra ise işgücü verimliliği önemli ölçüde artmıştır. 2018 yılındaki gerileme ise ekonomide yaşanan krizden ve onun yarattığı üretim kaybından kaynaklanmıştır.

Triko sanayi işgücü verimliliğindeki gelişmeler aynı dönemde imalat sanayi genelinde yaşanan işgücü verimlilik gelişmeleri ile de karşılaştırılmaktadır. Buna göre 2005-2018 döneminde imalat sanayinde işgücü verimliliği yüzde 56,5 artmıştır. Karşılaştırmada aynı dönemde triko sanayi işgücü verimliliğinin çok daha yüksek artış gösterdiği görülmektedir.



Grafik 11: Triko Sanayi İşgücü Verimliliği Endeksi (2005=100)
Kaynak: TÜİK, Sanayi Üretim Endeksi, Sanayi İşgücü Girdi Endeksi.

Triko sanayinde istihdam ile istihdama yapılan toplam ve çalışan başına ödemelerdeki gelişmeler aşağıda sunulmaktadır. Buna göre 2009 yılında 61.018 istihdam sayısı 2018 yılında 86.840 olarak gerçekleşmiştir. 2009-2018 yılları arasında istihdamda yüzde 42,3 artış göstermiştir.

Triko sanayinde istihdam için yapılan personel giderleri ise 2009 yılında 692 milyon TL iken 2018 yılında 3,12 milyar TL'ye yükselmiştir. Yıllık personel giderlerinde 4,5 katına yakın artış gerçekleşmiştir.

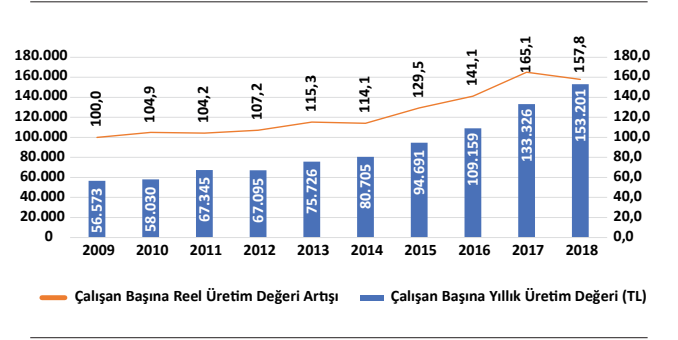
İstihdam başına yıllık personel gideri ise 2009 yılında 11.340 TL iken 2018 yılında 35.922 TL olmuştur. İstihdam başına personel gideri 2009-2018 arasında yüzde 216,8 yükselmiştir. İstihdam başına personel giderleri nominal olarak önemli bir artış göstermiştir.

Triko sanayinde istihdamın verimliliğine ilişkin bir diğer gösterge ücretli çalışan başına yaratılan üretim değeridir. 2009 yılında ücretli çalışan başına üretim değeri 56.573 TL iken 2018 yılında 153.201 TL üretim değeri elde edilmiştir. 2009-2018 arasında ücretli çalışan başına üretim değeri yüzde 170,8 yükselmiştir. İşgücü verimliliğinde önemli bir artış sağlanmıştır.

Yıllar	İstihdam	Personel Giderleri (Milyon TL)	Ücretli Çalışan Başına Personel Gideri (Yıllık, TL)
2009	61.018	692	11.340
2010	66.224	798	12.052
2011	71.943	965	13.415
2012	83.136	1.265	15.216
2013	88.490	1.517	17.147
2014	93.910	1.845	19.649
2015	89.998	2.005	22.274
2016	85.783	2.582	30.094
2017	87.200	2.610	29.935
2018	86.840	3.119	35.922

Tablo 8: Triko Sanayinde Toplam ve İstihdam Başına Personel Giderleri
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

İşgücü verimliliğindeki reel artışın hesaplanması için triko sanayinde 2009-2018 arasında gerçekleşen üretici fiyatları artışı kullanılmaktadır. Buna göre 2009-2018 arasında yüzde 71,6 üretici fiyat artışı gerçekleşmiştir.



Grafik 12: Triko Sanayi İşgücü Verimliliği; İstihdam Başına Yıllık Üretim Değeri (TL) ve Reel Gelişmeler Endeksi (2009=100)
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verilerinden hesaplanmıştır.

İstihdam başına 2009-2018 arasındaki yüzde 170,8 oranında üretim değeri artışı yüzde 71,6 üretici fiyat artışı ile indirgenildiğinde yüzde 57,8 reel üretim değeri artışı olduğu hesaplanmaktadır.

Triko sanayinde istihdam başına üretim değeri ile hem nominal hem de reel olarak hesaplanan verimlilikleri 2009-2018 döneminde yükselmiştir.

2.6. Triko Sanayi Üretimi

Türkiye'de triko üretimi Cumhuriyetin ilk yıllarında başlamıştır. 1960'lı yıllarda fabrikasyon üretim ile kitle üretimine geçilmiştir. 1980'li yıllarda ise triko sanayinde ihracat hamlesi başlamıştır. 1990'lı yıllarda triko sanayi üç büyük kentin dışındaki diğer illere de hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. 2000'li yıllarda ise sektörde üretim teknolojisinde ilerleme, tasarım ve markalaşma eğilimleri öne çıkmıştır. Günümüzde triko sanayi yüksek üretim teknolojisi ile dünyanın en kaliteli ve yüksek üretim kapasitesine sahip ülkeleri arasına girmiştir.

2.6.1. Türkiye'de Triko Sanayinin Gelişimi

Triko sanayinde ilk üretime 1920'li yıllarda Karaca başlamıştır. Bu yılların ilk yarısında, belirli sayıda girişimcinin girişimleri ile triko sektörünün temeli atılmıştır. 1950'li yıllara kadar daha çok atölye ölçeğinde üretim yapılmıştır.

1950'li yıllarda Türkiye'deki sanayileşme hamlesi ve imalat sanayindeki yatırımlara paralel olarak triko sektöründe de sanayileşme süreci başlamıştır. Triko sektöründe atölye ölçeğinden kitle üretimi yapan fabrikalarda üretime geçilmiştir.

1960'lı yıllarda ise triko sanayinde üretim teknolojisi yenilenmeye başlamış ve otomatik makinelerin kullanımı ile üretim kapasiteleri ve verimlilikleri artmıştır. İlk triko ihracatı da bu dönemde gerçekleşmiştir.

1980'li yılların başında ekonomide serbest piyasa ekonomisi ve dışa açılma politikaları benimsenmiştir. Bu çerçevede ihracata önemli teşvikler verilmiştir.

Buna bağlı olarak triko sanayi de önemli ölçüde ihracata yönelmiştir. Üretim teknolojilerindeki yenilikleri de arkasına alan triko sanayi 1996 yılında Avrupa Birliği ile gümrük birliğinin tamamlanması ardından bu pazarda avantajlı bir konum elde etmiştir. Triko sanayi bu avantajını iyi değerlendirmiş ve AB pazarına ihracatını artırmıştır.

2005 yılı ise triko sanayi ile hazır giyim sanayinin genelinde bir diğer dönüm noktası olmuştur. 2005 yılında dünya ticaretinde serbestleşme ardından ortaya çıkan Çin etkisi tüm dünya genelinde özellikle hazır giyim sektöründe büyük bir baskı yaratmıştır. Çin ucuz ve kitle üretiminde tüm pazarlarda kısa sürede hakim hale gelmiştir.

Türk hazır giyim sanayi ile triko sanayi de bundan etkilenmiş ve bir dönüşüm ve konsolidasyon sürecine girmiştir. Sektörde büyük ölçekli üretimler küçük ölçekli, sık ve küçük partilere dayanan, dünyadaki hızlı moda eğiliminin ihtiyaçlarını karşılar hale dönüşmüştür. Firmalar yeniden yapılanmıştır. Tasarım ve koleksiyon kapasitesi, yüksek katma değerli üretim, hızlı ve küçük parti teslimatlar öne çıkmıştır. İç pazarda ise moda perakendesinde hızlı bir büyüme yaşanmaya başlamıştır. Çok sayıda Türk hazır giyim markası ortaya çıkmış, bunların önemli bir bölümü daha sonra yurtdışında da mağazalaşmaya başlamıştır.

Triko sektörü de bu süreçte aynı dönüşümü yaşamıştır. Triko sanayi özellikle üretim teknolojisini yenileyerek rekabet gücünü korumaya çalışmıştır. Daha yüksek katma değerli üretim öne çıkmıştır. Hızlı moda eğilimine yönelik ihracat için kalite ve tasarım alanında iyileşmeler sağlanmıştır.

Tüm bu gelişmeler sonrasında Türkiye nitelik ve nicelik açısından dünyanın en önemli üreticilerinden biri konumuna gelmiştir.

2.6.2. Triko Sanayi Üretim Kapasitesi ve Üretimi

Triko sanayinde kurulu kapasite ve üretimin yıllar itibarıyla gelişimi aşağıda sunulmaktadır.

Triko sanayi üretim kapasitesini oluşturan makine parkının büyük bölümü ithal makine gruplarıdır. Bu itibarla ithalat verileri mevcut kurulu kapasite için bilgi verebilmektedir. Sektörde üretim teknolojisi hızlı yenilenmektedir. Triko sektörü de makine parkını geliştirmeleri yakından izleyerek yenilenmektedir. Triko sektöründe göreceli olarak genç bir makine parkı bulunmaktadır.

Yıllar	İthalat Makine (Adet)
2000	2.032
2001	1.381
2002	4.019
2003	5.571
2004	2.949

Tablo 9: Triko Makineleri İthalatı

Yıllar	İthalat Makine (Adet)
2005	2.492
2006	1.090
2007	1.168
2008	1.401
2009	659
2010	1.901
2011	3.072
2012	3.236
2013	4.015
2014	2.693
2015	1.781
2016	3.343
2017	2.402
2018	4.252
2000-2018	49.457

Tablo 9: Triko Makineleri İthalatı (Devamı)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

Türkiye'nin triko makineleri ithalatı adet olarak yukarıda sunulmaktadır. 2000-2018 yılları arasında toplam 49.457 adet makine ithalatı yapılmıştır. Eski kurulu kapasite ile yenilemeler dikkate alındığında triko sektöründe 42-45 bin adetlik bir kurulu kapasite olduğu öngörülmektedir.

Buna bağlı olarak 2018 yılı itibarıyla Türkiye'de triko kurulu kapasitesi yaklaşık 450 milyon adet/yıl olarak öngörülmektedir.

Triko sektöründe yıllar itibarıyla üretim verileri ise aşağıda sunulmaktadır. 2005 yılında 209,4 milyon adet olan üretim 2009 yılına kadar gerileyerek 161,14 milyon adete inmiştir. İzleyen yıllarda ise üretimde kademeli bir artış yaşanmaktadır. Bu artışa bağlı olarak üretim 2018 yılında 359,06 milyon adet olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	İthalat Makine (Adet)
2005	209,40
2006	201,18
2007	191,00
2008	174,71
2009	161,14
2010	187,41
2011	186,75
2012	224,30
2013	244,77
2014	267,16
2015	285,48
2016	307,22
2017	333,19
2018	359,06

Tablo 10: Triko Sanayi Üretim Kapasitesi ve Üretimi
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi Ürün İstatistikleri.

Triko sanayinde üretim verisinin hesaplanmasında Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan ihracat ve ithalat adet ve miktar verileri ile ileriki bölümlerde hesaplaması yapılan yurtiçi adet/miktar tüketim verisinden yararlanılmaktadır. Buna göre yıllık üretim için ihracat ile yurtiçi tüketim verisi toplanmakta, ithalat verisi bu toplamdan çıkarılmaktadır. Böylece yıllar itibariyle üretim verileri hesaplanmaktadır.

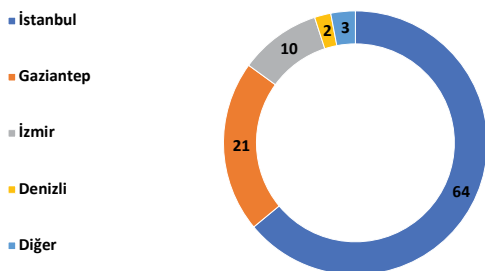
Üretimin adet ve miktar olarak yapılan hesaplamalarında elde edilen verilerin daha önceki bölümlerde yer alan üretim değeri ile de tutarlılığı sağlanmıştır.

Yıllar	Girişim Sayısı	İstihdam	Üretim Değer	Katma Değer
2005	144,49	75,75	10,84	209,40
2006	139,94	77,40	16,16	201,18
2007	134,95	79,05	23,00	191,00
2008	124,12	80,81	30,22	174,71
2009	118,56	78,25	35,67	161,14
2010	152,51	83,30	48,40	187,41
2011	147,21	85,20	45,66	186,75
2012	166,27	87,90	29,87	224,30
2013	190,92	89,70	35,85	244,77
2014	208,44	92,50	33,78	267,16
2015	216,46	95,30	26,28	285,48
2016	231,08	97,40	21,26	307,22
2017	251,34	99,50	17,65	333,19
2018	281,90	98,40	21,24	359,06

Tablo 11: Triko Sanayinde İhracat, İthalat ve İç Tüketim (Milyon, Adet)
Kaynak: TÜİK ve Çalışma Ekibi.

2.6.3. Triko Sanayinin Türkiye’de Dağılımı

Triko sanayinde yer alan üretici firmaların hemen tamamı İstanbul, Gaziantep ve İzmir’de toplulaşmıştır. Üreticilerin yüzde 64’ü İstanbul’da bulunmaktadır. Gaziantep’in payı yüzde 21’dir. Üçüncü sırada yüzde 10 payı ile İzmir yer almaktadır. Denizli’nin payı yüzde 2’dir. Triko sanayi diğer önemli tekstil ve hazır giyim şehirlerinde oldukça sınırlı ölçüde yer almaktadır. Bursa, Ankara, Adana, Kahramanmaraş, Adıyaman, Tekirdağ gibi illerde triko sanayi firma sayısı oldukça düşüktür.



Grafik 13: Triko Sanayi Üretici Firmaların İllere Göre Dağılımı (Yüzde, 2018)
Kaynak: TOBB, Sanayi Veri Tabanı.

2.7. Triko Sanayi Dış Ticareti

Triko sanayinde dış ticaret alanında yaşanan gelişmeler toplam ihracat ve ithalat büyüklükleri, alt sektörler itibariyle ihracat ve ithalat ile ihracat pazarları ve ithalat yapılan ülkeler başlıkları altında sunulmakta ve değerlendirilmektedir.

2.7.1. Triko Sanayi Dış Ticareti

Triko sanayi dış ticaretinde ihracat, ithalat ve dış ticaret dengesinde gelişmeler 2005- 2018 dönemi için aşağıda sunulmaktadır. Buna göre bu dönemde yıllar itibariyle ihracat ve ithalat dönem koşullarına bağlı olarak dalgalı bir seyir izlemiştir. Aynı şekilde triko sanayi dış ticaret dengesi de yine yıllar itibariyle dalgalanırken önemli ölçüde fazla vermeye devam etmiştir.

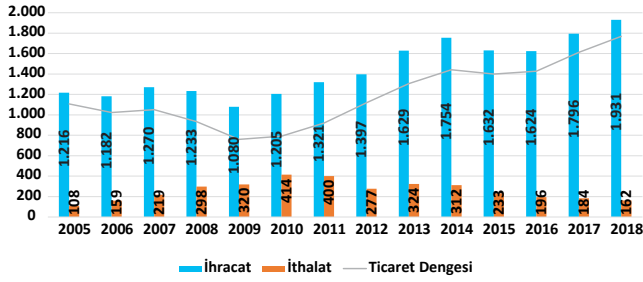
Triko sanayi ihracatı 2005-2009 arasında 1,22 milyar dolardan 1,08 milyar dolar seviyesine gerilemiştir. Dünya ticaretindeki serbestleşme ve Çin etkisi ile 2005-2009 arasında ihracat düşüş göstermiştir. Sektör içinde bu dönemde bir konsolidasyon da yaşanmıştır. Triko ihracatı 2010 yılından itibaren artış eğilimine girmiştir. 2010 yılında 1,21 milyar dolar olan ihracat 2014 yılında 1,75 milyar dolara yükselmiştir. 2015 ve 2016 yıllarında ise dünya ticaretindeki daralmanın da etkisi ile ihracat yine gerilemiştir. 2017 ve 2018 yıllarında ise ihracat hızla toparlanmış ve 2018 yılında 1,93 milyar dolar ile en yüksek seviyesine ulaşmıştır.

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Dengesi
2005	1.216	108	1.108
2006	1.182	159	1.023
2007	1.270	219	1.051
2008	1.233	298	935
2009	1.080	320	760
2010	1.205	414	791
2011	1.321	400	921
2012	1.397	277	1.120
2013	1.629	324	1.305
2014	1.754	312	1.442
2015	1.632	233	1.399
2016	1.624	196	1.428
2017	1.796	184	1.612
2018	1.931	162	1.769

Tablo 12: Triko Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Verilerinden Hesaplanmıştır.

Triko ithalatı yurtiçi modern moda perakendesinin gelişmesi ile hızlı bir artış göstermiştir. Yerli ve yabancı markaların tedarikleri ile triko ithalatı 2005 yılında 108 milyon dolar iken 2010 yılında 414 milyon dolara kadar yükselmiştir. Bu hızlı artış sonrası alınan ithalatta korunma önlemleri ile ithalat kademeli olarak gerilemeye başlamıştır. İthalat 2015 yılında 233 milyon dolara inmiştir.

Daha sonraki yıllarda döviz kurlarının da artışı ile ithalat daha da azalmış ve 2018 yılında 162 milyon dolara kadar inmiştir.



Grafik 14: Triko Sanayi Dış Ticareti

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Verilerinden Hesaplanmıştır.

İhracat ve ithalattaki bu gelişmelere paralel olarak dalgalanma göstermekle birlikte triko sanayi yüksek ticaret fazlası vermeye devam etmektedir. 2005 yılında 1,1 milyar dolar olan dış ticaret fazlası 2009 yılında 760 milyon dolara kadar indikten sonra tekrar artışa geçmiştir ve 2018 yılında 1,77 milyar dolar ile en yüksek seviyesine ulaşmıştır.

Triko sanayi dış ticaretinin hazır giyim dış ticareti içindeki yerine ilişkin değerlendirmeler aşağıda sunulmaktadır. Buna göre triko ihracatının hazır giyim ihracatı içindeki payı 2005 yılında yüzde 8,88 iken 2008 yılında yüzde 7,83'e kadar gerilemiştir. İzleyen yıllarda ise triko ihracatının toplam hazır giyim ihracatı içindeki payı istikrarlı ve kademeli olarak artmaktadır. 2013 yılında yüzde 9,0'u aşan ihracat payı 2018 yılında ise yüzde 10,95 olarak gerçekleşmiştir.

Triko ithalatının toplam ithalat içindeki payı ise 2005 yılında yüzde 13,71 iken 2009 yılında yüzde 14,90'a yükselmiştir. Triko ithalatının payı izleyen yıllarda ise düşmektedir. 2018 yılında ithalatın payı yüzde 8,32 olarak gerçekleşmiştir. Triko sanayinin özellikle 2013 yılından itibaren dış ticaret performansı hazır giyim sektörü dış ticaret performansının üzerine çıkmıştır.

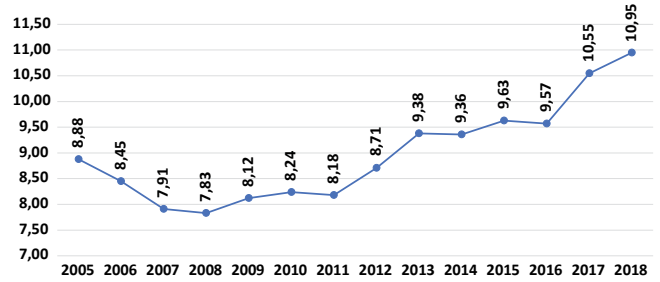
Yıllar	İhracat			İthalat		
	Triko Sanayi (Milyon Dolar)	Hazır Giyim Sanayi (Milyon Dolar)	Triko Sanayi Pay (%)	Triko Sanayi (Milyon Dolar)	Hazır Giyim Sanayi (Milyon Dolar)	Triko Sanayi Pay (%)
2005	1.216	13.700	8,88	108	788	13,71
2006	1.182	13.990	8,45	159	1.097	14,49
2007	1.270	16.060	7,91	219	1.567	13,98
2008	1.233	15.740	7,83	298	2.216	13,45
2009	1.080	13.300	8,12	320	2.147	14,90
2010	1.205	14.620	8,24	414	2.835	14,60
2011	1.321	16.150	8,18	400	3.271	12,23
2012	1.397	16.040	8,71	277	2.672	10,37
2013	1.629	17.360	9,38	324	3.140	10,32
2014	1.754	18.730	9,36	312	3.229	9,66

Tablo 13: Triko Sanayi Dış Ticaretinin Hazır Giyim Dış Ticareti İçindeki Yeri

Yıllar	İhracat			İthalat		
	Triko Sanayi (Milyon Dolar)	Hazır Giyim Sanayi (Milyon Dolar)	Triko Sanayi Pay (%)	Triko Sanayi (Milyon Dolar)	Hazır Giyim Sanayi (Milyon Dolar)	Triko Sanayi Pay (%)
2015	1.632	16.950	9,63	233	3.016	7,73
2016	1.624	16.970	9,57	196	2.824	6,94
2017	1.796	17.030	10,55	184	2.390	7,70
2018	1.931	17.640	10,95	162	1.946	8,32

Tablo 13: Triko Sanayi Dış Ticaretinin Hazır Giyim Dış Ticareti İçindeki Yeri (Devamı)

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Verilerinden Hesaplanmıştır.



Grafik 15: Triko İhracatının Hazır Giyim İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Verilerinden Hesaplanmıştır.

Triko sanayi dış ticareti adet bazındaki gelişmeleri ile de değerlendirilmektedir. Buna göre triko ihracatı adet bazında da önemli bir gelişme göstermektedir. 2005 yılında ihracat 144,49 milyon adet iken 2009 yılında 118,56 milyona kadar gerilemiştir. İhracattaki düşüş adetlerde de görülmektedir. İzleyen yıllarda ise adet bazında ihracatta kademeli ve istikrarlı bir artış eğilimi görülmektedir. İhracat 2010 yılında 152,51 milyon adete ve 2014 yılında ise 208,44 milyon adete yükselerek önemli eşikleri aşmıştır. İhracat artışını izleyen yıllarda da sürdürmüş ve 2018 yılında 281,90 milyon adete yükselmiştir.

Yıllar	İhracat (Milyon Adet)	İhracat (Ton)	İthalat (Milyon Adet)	İthalat (Ton)
2005	144,49	59.478	10,84	3.710
2006	139,94	56.523	16,16	5.464
2007	134,95	55.046	23,00	7.526
2008	124,12	49.121	30,22	9.250
2009	118,56	45.588	35,67	11.198
2010	152,51	53.148	48,40	15.438
2011	147,21	54.610	45,66	13.620
2012	166,27	61.658	29,87	9.026
2013	190,92	70.560	35,85	11.034
2014	208,44	76.395	33,78	10.387
2015	216,46	78.596	26,28	7.982
2016	231,08	84.240	21,26	6.280
2017	251,34	94.243	17,65	5.527
2018	281,90	106.132	21,24	6.692

Tablo 14: Triko Sanayi Dış Ticareti Adet ve Miktar Bazında Gelişmeler

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Verilerinden Hesaplanmıştır.

İthalat ise 2005 yılında 10,84 milyon adet iken 2010 yılında 48,4 milyon adete kadar yükselmiştir. İzleyen yıllardaki dalgalanma ardından alınan korunma önlemleri ile ithalat adet olarak düşüşe geçmiştir. 2017 yılında ithalat 17,65 milyon adete kadar inmiştir.

Triko sanayinin ihracat ve ithalat birim değerlerindeki gelişmeler aşağıda sunulmaktadır. Buna göre triko ihracatının kg birim değeri 2005-2015 döneminde 20-25 dolar aralığında gerçekleşmiştir. 2016-2018 döneminde ise ihracat birim değeri 20 doların altına inmiştir. Ancak bu gerilemede Euro dolar paritesindeki gerileme de etkili olmuştur. 2005-2008 arasındaki artışın bir nedeni de Euro'nun değer kazanmasıdır. İthalat birim fiyatı ise 2005-2016 döneminde 26-32 dolar aralığında kalmıştır. 2017 yılında ilk kez 33 dolar/kilogram birim değerini aşmış, 2018 yılında ise 24,21 dolar/kilograma inmiştir. İthalat azaldıkça ürün gruplarına bağlı olarak birim fiyatlarda da dalgalanma başlamıştır.

İhracat birim fiyatlarına bakıldığında daha yüksek katma değerli üretimin ihracat fiyatlarına yansıtılmadığı görülmektedir. İthalatta ise belirli bir kalite grubunda ithalat sürmektedir.

Yıllar	İhracat Adet/Dolar	İhracat Kg/Dolar	İthalat Adet/Dolar	İthalat Kg/Dolar
2005	8,42	20,44	9,96	29,11
2006	8,45	20,91	9,84	29,10
2007	9,41	23,07	9,52	29,10
2008	9,93	25,10	9,86	32,22
2009	9,11	23,69	8,97	28,58
2010	7,90	22,67	8,55	26,82
2011	8,97	24,19	8,76	29,37
2012	8,40	22,66	9,27	30,69
2013	8,53	23,09	9,04	29,36
2014	8,41	22,96	9,24	30,04
2015	7,54	20,76	8,87	29,19
2016	7,03	19,28	9,22	31,21
2017	7,15	19,06	10,42	33,29
2018	6,85	18,19	7,63	24,21

Tablo 15: Triko Sanayi Dış Ticareti Fiyat Gelişmeleri
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Verilerinden Hesaplanmıştır.

2.7.2. Triko İhracatı Ürün Grupları ve Pazarlar

Triko sanayinde alt ürün grupları ihracatı aşağıda sunulmakta ve değerlendirilmektedir. Triko sanayinde 6110 ana ürün kodu altında 6 alt ürün grubu bulunmaktadır.

Triko sanayi ihracatının yüzde 95'i iki alt gruptan yapılmaktadır. Bunlar pamuklu triko ürünleri ile sentetik veya suni liflerden triko ürünleridir.

Ürün Kodu	Ürünler	2005	2010	2015	2016	2017	2018
611011	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; yünden (örme veya kroşe)	77,32	63,19	61,56	64,32	66,08	68,32
611012	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; kaşmir keçisinin kıllarından (örme veya kroşe)	0,75	0,87	1,20	1,31	0,94	0,72
611019	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; diğer ince hayvan kıllarından (örme veya kroşe)	0,99	7,44	35,30	38,26	17,26	14,64
611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	838,37	672,00	783,68	818,98	975,35	1.029,6
611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	295,44	442,85	683,52	660,26	692,05	788,44
611090	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	3,14	19,00	48,36	41,28	44,08	30,14

Tablo 16: Triko Sanayi İhracatı Ürün Grupları (Milyon Dolar)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

2018 yılı itibarıyla pamuklu triko ürünlerinin ihracatı ilk kez 1 milyar doları aşmıştır. Suni ve sentetik triko ürünleri ihracatı da 788 milyon dolar ile en yüksek seviyesine ulaşmıştır.

2005 yılından itibaren ihracatın alt ürün grupları itibarı ile gelişimi değerlendirildiğinde ise pamuklu triko ürünlerinin ana ürün grubu olduğu görülmektedir. Ancak özellikle 2010 yılından sonra suni ve sentetik elyaftan triko ürünlerinin ihracatında önemli bir artış olduğu görülmektedir.

Yünden trikotaj ürünlerin ihracatı ise durağanlaşmıştır. Özellikle iklim değişimi ile ortaya çıkan koşullar bu ürünlere olan talebi azaltmaktadır.

Triko ihracatının pazarları aşağıda sunulmaktadır. İhracatta 2018 yılı itibarıyla ilk 15 ihracat pazarı sıralanmaktadır. Bu ülkelere 2010 yılında yapılan ihracat da karşılaştırma için sunulmaktadır.

Buna göre Avrupa Birliği ülkeleri en önemli pazarlar olmayı sürdürmektedir. 2018 yılında Almanya 458,5 milyon dolar ihracat ile 2010 yılında olduğu gibi yine ilk pazardır. İngiltere de ikinci sıradaki yerini korumaktadır. 2010-2018 arasında ihracatın önemli ölçüde arttığı İspanya üçüncü büyük pazar haline gelmiştir. Fransa'ya ihracat azalmıştır. Hollanda, Belçika ve İtalya'ya ihracat artmıştır. Irak, Polonya ve Kırgızistan'a ihracat bu dönemde önemli ölçüde artmıştır. ABD ve İsveç de ilk 15 pazar içinde yer almışlardır.

Sıra	Ülkeler	İhracat (2018)	İhracat (2010)
1	Almanya	458,49	323,9
2	Birleşik Krallık	279,10	228,4
3	İspanya	229,94	94,4
4	Hollanda	113,58	46,6
5	Fransa	90,49	129,5
6	İtalya	73,29	66,1
7	Belçika	48,58	31,9
8	İrak	40,95	9,3
9	ABD	39,06	15,4
10	Danimarka	33,92	32,6
11	Polonya	31,16	4,8
12	Rusya Federasyonu	31,13	17,8
13	İran	29,93	0,8
14	Kırgızistan	26,11	2,3
15	İsveç	21,39	15,5

Tablo 17: Triko Sanayi İhracatı Pazarlar (Milyon Dolar)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

Türkiye'nin hazır giyim ihracatı 2010'lu yıllarda yakın ve komşu ülkelere yönelik olarak da artmaya başlamıştır. Bu pazarlara Türk firmaları kendi markaları ile de girmeye başlamışlardır. Triko sanayi için değerlendirildiğinde, yakın ve komşu ülkelere ihracatın geliştiği ülkeler aşağıda sunulmaktadır. Rusya yanı sıra İran, İsrail, Ukrayna, Romanya, Bulgaristan, Kazakistan, Mısır, Fas, S. Arabistan, Cezayir, Libya ve Sırbistan'a ihracat artmıştır.

Sıra	Ülkeler	İhracat (2018)	İhracat (2010)
1	Rusya	31,1	17,8
2	İran	29,9	0,8
3	İsrail	20,3	7,9
4	Ukrayna	18,2	7,1
5	Romanya	16,8	15,4
6	Bulgaristan	15,9	5,0
7	Kazakistan	15,6	7,4
8	Mısır	14,2	2,9
9	Fas	13,4	0,4
10	S. Arabistan	11,7	2,1
11	Cezayir	11,6	7,7
12	Libya	12,4	4,0
13	Sırbistan	10,3	0,7

Tablo 18: Triko Sanayi İhracatı (Yakın ve Komşu Pazarlar) (Milyon Dolar)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

2.7.3. Triko İthalatı Ürün Grupları ve Tedarikçi Ülkeler

Triko sanayinde ithalatta iki alt ürün grubu öne çıkmaktadır. Bunlar pamuklu ve suni ve sentetik elyaftan triko ürünleridir.

Her iki alt ürün grubunun ithalatı 2010 yılında en yüksek seviyelerine ulaşmıştır.

Suni ve sentetik elyaftan triko ürünleri ithalatı 2010 yılında 200 milyon doları aşmıştır. 2010 yılında sonra ithalatta gerileme yaşanmaya başlamıştır. İthalattaki gerileme yine en çok bu iki alt ürün grubunda yaşanmıştır.

Ürün Kodu	Ürünler	2005	2010	2015	2016	2017	2018
611011	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; yünden (örme veya kroşe)	14,05	21,25	15,23	13,34	13,66	11,96
611012	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; kaşmir keçisinin kıllarından (örme veya kroşe)	1,73	4,89	6,10	5,71	4,38	3,78
611019	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; diğer ince hayvan kıllarından (örme veya kroşe)	0,24	1,50	0,78	0,98	0,68	0,66
611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	22,65	172,64	90,18	67,87	67,22	68,02
611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	65,64	205,83	116,39	99,71	94,43	74,46
611090	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	3,98	8,26	4,78	8,00	3,61	3,42

Tablo 19: Triko Sanayi İthalatı Ürün Grupları (Milyon Dolar)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

Triko sanayi ürünleri ithalatı yapılan ülkeler aşağıda sunulmaktadır. 2018 yılı itibarıyla en çok ithalat yapılan iki ülke Çin ve Bangladeş'tir. Bununla birlikte alınan korunma önlemleri ile Bangladeş ve Çin'den yapılan ithalat önemli ölçüde azalmıştır.

Bangladeş'ten ithalat 2010 yılında 211,3 ve Çin'den yapılan ithalat ise 139,5 milyon dolara kadar yükselmiştir. İzleyen yıllarda ise korunma önlemleri ile ithalatta sert düşüşler ortaya çıkmıştır. Diğer ülkelerden yapılan ithalatlar ise oldukça sınırlı kalmaya devam etmektedir. Çok sayıda ülkeden ithalat yapılmaya devam edilmektedir. Bunda Türkiye'deki yabancı moda perakende ve lüks markalarının tedarik politikaları belirleyici olmaktadır.

Sıra	Ülkeler	İhracat (2018)	İhracat (2010)
1	Çin	51.017.940	139.473.212
2	Bangladeş	30.033.398	211.261.650
3	İtalya	16.545.688	12.844.000
4	İspanya	9.891.660	6.082.177
5	Kamboçya	8.942.172	6.239.400
6	Malezya	5.967.660	748.918
7	Portekiz	5.876.221	1.584.561
8	Pakistan	3.962.646	1.199.308
9	Vietnam	3.174.996	2.678.019
10	Fas	1.909.205	771.910
11	Miyanmar	1.904.899	44.069
12	Hindistan	1.858.662	2.552.370
13	Endonezya	1.744.862	1.958.003
14	Mısır	1.702.162	2.464.386
15	Romanya	1.698.638	2.515.302
16	Almanya	1.647.985	2.968.339
17	Moldova	1.533.912	3.093.267
18	Gürcistan	1.531.624	915.329
19	Bulgaristan	1.355.967	1.610.533
20	Birleşik Krallık	1.294.394	1.327.224

Tablo 20: Triko Sanayi İthalatı Tedarikçi Ülkeler (Dolar)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

2.8. Triko Sektörü İç Pazar Büyüklüğü

Triko sektörü iç pazar büyüklüğüne ilişkin bilgiler ve değerlendirmeler bu bölümde sunulmaktadır. Buna göre yurtiçindeki triko tüketimi ve harcamaları hesaplanmakta ve değerlendirilmektedir.

Triko iç tüketiminin hesaplanmasında kişi başı gelir ve satın alma gücündeki artışa bağlı kişi başı tüketim eğilimi ile nüfus verilerinden yararlanılmaktadır. Buna göre 2005 yılından itibaren kişi başı gelir artışı, satın alma gücündeki artış, kentleşme, modern perakende sektöründeki gelişme ve tüketici tercihleri dikkate alındığında 2005 yılında 1,10 adet olarak öngörülen triko yurtiçi tüketiminin yıllar itibarıyla artış gösterdiği varsayılmaktadır. 2009 ve 2018 yıllarındaki kriz etkisi ile iç tüketim azalmıştır.

Bu varsayımlar çerçevesinde yıllara ilişkin nüfus büyüklükleri ve artışı da dikkate alınarak yapılan hesaplamalar ile aşağıdaki tablo oluşturulmuştur. 2005 yılında 75,75 milyon adet olan yurtiçi triko tüketiminin 2017 yılında 99,5 milyon adete ulaştığı, pazarın küçüldüğü 2018 yılında ise 98,4 milyon adete gerilediği öngörülmektedir.

Yıllar	Nüfus (Milyon)	Kişi Başı Tüketim	Tüketim (Milyon Adet)
2005	68,86	1,10	75,75
2006	69,73	1,11	77,40
2007	70,59	1,12	79,05

Tablo 21: Triko Sektörü İç Pazar Büyüklüğü

Yıllar	Nüfus (Milyon)	Kişi Başı Tüketim	Tüketim (Milyon Adet)
2008	71,52	1,13	80,81
2009	72,56	1,08	78,25
2010	73,72	1,13	83,30
2011	74,72	1,14	85,20
2012	75,63	1,15	87,90
2013	76,67	1,17	89,70
2014	77,70	1,19	92,50
2015	78,74	1,21	95,30
2016	79,81	1,22	97,40
2017	80,81	1,23	99,50
2018	82,00	1,20	98,40

Tablo 21: Triko Sektörü İç Pazar Büyüklüğü (Devamı)
Kaynak: TÜİK Verilerinden Çalışma Ekibi Tarafından Hesaplanmıştır.

Triko sektörü iç pazar büyüklüğü mali değer olarak da hesaplanmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu yurtiçinde hane halklarının yaptıkları yıllık hazır giyim harcamalarını açıklamaktadır. Buna göre 2018 yılında hane halklarının yurtiçi hazır giyim harcamaları 145,85 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Bu harcama büyüklüğü içinde triko ürünleri dahil her türlü hazır giyim ürünü için yapılan tüketim veya harcama yer almaktadır.

Triko harcamalarının hesaplanması için aşağıdaki yöntem kullanılmaktadır. Buna göre 2018 yılında triko sanayinde üretim değeri 13,31 milyar Türk Lirası olmuştur.

Triko sanayinde 2018 yılında 359,06 milyon adet triko üretimi yapılmıştır. Birim triko üretim değeri 37,0 TL olarak hesaplanmaktadır. Üreticilerin satış karlılığını da ekleyerek üreticinin birim triko satış değeri 50,0 TL olarak varsayılmaktadır. Perakende satışta ise sezon ortalaması 2,0 mark-up varsayımı ile ortalama satış fiyatı 100 TL olarak öngörülmektedir. Ortalama 7,63 dolardan ithal edilen 21,24 milyon adet triko ürününün de 3,0 mark-up ile satışı yine ortalama 108 Türk Lirasına isabet etmektedir.

Bu varsayımlar çerçevesinde 2018 yılında tüketilen veya satışı yapılan 98,4 milyon adet triko ürünü için yapılan toplam harcama 9,84 milyar TL olarak hesaplanmaktadır.

Triko harcamalarının toplam hazır giyim harcamaları içindeki payının ise 2018 yılında yüzde 6,75 olarak gerçekleştiği öngörülmektedir.

Yıllar	Hazır Giyim Harcamaları (Milyar TL)	Triko Harcamaları (Milyar TL)	Triko Harcamaları Payı (Yüzde)
2018	145,85	9,84	6,75

Tablo 22: Triko Sektörü İç Pazar Büyüklüğü
Kaynak: TÜİK Verilerinden Çalışma Ekibi Tarafından Hesaplanmıştır.

Hazır giyim harcamalarının milli gelir içindeki payı 2018 yılında yüzde 3,92 olarak gerçekleşmiştir. Triko harcamalarının payı ise yüzde 0,26 olmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümünde dünya triko sektöründeki gelişmeler incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, dünya hazır giyim sektörü ile triko sektöründeki genel eğilimlere yer verilmekte, triko sektöründe üretici ve ihracatçı önemli ülkeler incelenmekte, dünya triko pazar büyüklüğü ve beklentileri ile dünya triko ticaretindeki sayısal gelişmeler, ihracatçı ve ithalatçı ülkeler sunulmakta, Türkiye'nin dünya triko ihracatı içindeki yeri değerlendirilmektedir.

3.1. Dünya Hazır Giyim ve Triko Sektöründe Genel Eğilimler

Hazır giyim sektörü küresel eğilimlerden etkilenmekte ve yeniden şekillenmektedir. Bununla birlikte hazır giyim sektörünün kendi iç dinamiklerinden kaynaklanan önemli eğilimler de ortaya çıkmaktadır. Hazır giyim sektöründe orta-uzun vadede öne çıkacak önemli eğilimler aşağıda sunulmaktadır.

Buna göre hammaddeler içinde elyaf kullanımında pamuğun payı azalırken geri dönüşümlü girdilerin kullanımı artacaktır. Tekstil altyapısında sürekli yenilik ihtiyacı, elyaf, iplik, kumaşta artan inovasyon ihtiyacı olacaktır. Yeni malzemelerin kullanımı ile dönüşebilir ve akıllı çok fonksiyonlu ürünlerin payı artacaktır. Üretimde daha çok teknoloji kullanılırken üretim ve teslim süreleri daha da kısalmaya, kişiselleştirilmiş üretime de geçilecektir. Ürünler ve ürün teknolojisinde önemli gelişmeler yaşanacaktır. Sürdürülebilir ürünlerin payı artarken, akıllı ve fonksiyonel giysilerin payı da artacak, inovasyon tasarım kadar önemli hale gelecektir.

Tasarımlar ve koleksiyonlar artan oranda yerel kültürler ile beslenerek daha özgün hale gelecektir. Gelişen ülkelerde yerel ve bölgesel markaların sayısı artacaktır.

Tedarikte yakınlığın önemi yeniden artmaktadır. Yakın ülkelerden tedarik daha çok tercih edilecektir. Sipariş teslimat süresi kısaltmaya devam edecektir. Bölgesel yeni nesil ticaret anlaşmaları ile tedarik zincirleri yeniden şekillenecektir. Daha ucuz üretimin sonuna gelinirken tedarik süreçleri üzerindeki gözetim artacaktır.

Pazarlarda dört önemli eğilim ortaya çıkmaktadır. Geleneksel ana pazarlarda tüketim ihtiyaçları değişmekte, sürdürülebilirlik hassasiyeti artmaktadır. Hızlı büyüyen gelişen ülke pazarlarının tercihleri ve alışkanlıkları üretim ve ürünleri daha çok şekillendirecektir. Tüm pazarlarda dengeli büyüme yaşanacakken organize perakende pazarın payı artmaya devam edecektir. Artan kişiye özel talepler ile daha hızlı ve esnek küçük parti üretim öne çıkacaktır.

Moda eğilimini sürükleyen fast fashion karşısında slow fashion eğilimi güçlenecektir. Küresel moda başkentleri ana belirleyici olmaya devam ederken, moda merkezlerinde çeşitlenme ve bölgeselleşme yaşanacaktır.

Tüketiciye erişimde teknolojik altyapı ve dijital kanallar daha çok kullanılacaktır. Tüm süreçlerde daha çok teknoloji kullanılacaktır.

Hammadde Kullanımı	Elyaf kullanımında pamuğun azalan payı, diğer elyafların artan payı Geri dönüşümlü girdilerin kullanımı
Tekstil Altyapısı	Sürekli yenilik ihtiyacı, yeni malzemelerin kullanımı, dönüşebilir, akıllı, interaktif, yüksek performanslı ve fonksiyonlu iplikler ve kumaşlar Elyaf-iplik-kumaş artan inovasyon ihtiyacı
Üretim Teknolojisi	Üretimde daha çok teknoloji kullanımı Daha kısa terminli (hızlı) üretim 3D kişiselleştirilmiş üretim Yeni malzeme kullanımları, dikisiz-lazer-ozon teknolojisi ile üretim
Ürünler Ürün Teknolojisi	Hafif, her sezon kullanılan ürünler Akıllı, fonksiyonel giysiler Koleksiyonlar içinde sürdürülebilir ürünlerin artan payı Geri dönüşümlü yeniden üretilebilir giysiler Tasarım kadar inovasyon
Tasarım	Yerel kültürler ile beslenen özgün tasarımlar/koleksiyonlar
Markalar	Yerel kültürler ile beslenen yerel/bölgesel markalar Gelişen ülkelerin artan sayıda kendi markası
Tedarik Üreticiler	Yakınlık; yakın ülkelerden tedarikin yeniden artan önemi Sipariş-teslimat süresinin kısaltılması Bölgesel anlaşmalar ile şekillenen yeni tedarik zincirleri Üretimde Çin'den Yakın Ülkelerine Kayış (Çin Sermayesi); (Bangladeş, Vietnam, Hindistan, Pakistan, Myanmar, Kamboçya, Endonezya) Tedarik süreçleri üzerinde artan gözetim ve şeffaflık ihtiyacı
Pazarlar	Ana tüketim pazarlarında değişen ihtiyaçlar (yaşlanma), sürdürülebilirlik hassasiyeti, durağanlaşan gelirler ile seçici alışveriş Gelişen ülke pazarlarının tüketici alışkanlıklarına göre üretim ve ürünler Tüm pazarlarda dengeli büyüme (lüks-erişilebilir, moda-indirim) Organize perakende pazarda büyüme
Tüketiciler	Artan kişiye özel talepler ile daha hızlı ve esnek küçük parti üretim ihtiyacı "Mass Customization"
Moda	"Fast fashion ile slow fashion" mücadelesi Küresel moda başkentleri ana belirleyici Moda merkezlerinde çeşitlenme/bölgeselleşme
Pazarlama	Satış/alışveriş kanallarında değişim; dijital platformların artan kullanımı Tüketiciye erişimde teknolojik altyapı ihtiyacı ve daha çok teknoloji kullanımı
Teknoloji	Tüm süreçlerde daha çok teknoloji kullanımı

Tablo 23: Hazır Giyim Sektöründe Eğilimler

Kaynak: TGSD, Ufuk 2030, Türk Hazır Giyim Sektörü İçin Yol Haritası, 2016.

Avrupa Birliği Pazarında Temel Eğilimler

Avrupa Birliği orta uzun vadede dünyanın en büyük pazarı olarak kalmaya devam edecektir. Ancak AB pazarında çok önemli değişiklikler meydana gelecektir. Bu değişiklikler AB pazarı için üretim yapan veya bu pazarda kendi markası ile satış yapan tüm üretici, ihracatçı ve markaları etkileyecektir.

Hazır giyim ürünlerinin üretimi sonrası yıkanmaları önemli ölçüde su tüketimine yol açmaktadır.

Tekstil ile hazır giyim sektörü doğal kaynak bağımlılığı en yüksek sektörlerden biridir. Hızlı moda eğilimi ile tüketiminin hızlanması doğal kaynak kullanımını da arttırmaktadır. Pamuk üreticisi ülkelerdeki (Orta Asya) su havzalarının kuruması önemli bir tehdit oluşturmaktadır.

Üç temel eğilim tüketici haritasını değiştirecek.

Demografi nüfus; nüfus yaşlanıyor, yaşam süreleri uzuyor, geç evlilik yaşı, hane halkı başına daha az çocuk, çocuk yapma yaşının ilerlemesi, hane halkı ortalama yaşı 2030 yılında 43.

Sosyal değişim; eğitim süresinin uzaması, daha çok eğitim, çalışma sürelerinin yıl olarak uzaması ve daha geç emeklilik, kadınların iş hayatına artan katılımı, daha küçük hane halkları, 2030 yılında 2,5 kişi, tek başına yaşayanlarda artış.

Ekonomik değişim; Hane halklarının satın alma gücüne artan baskı, emeklilik sistemi gelirlerinde azalma, yaşlanma ile ortalama gelirlerde azalma, çalışan nüfusta azalma ile toplam gelirlerde azalma.

Üç temel eğilimin etkileri;

Yıllık tüketim harcamalarında büyüme yavaşlayacak; 1980-2010 arasında yıllık ortalama yüzde 2,0 büyüme, 2010-2030 arasında yıllık ortalama yüzde 1,5 büyüme.

Orta ve üst yaş grubu tüketiciler belirleyici olacak; tüketimin üçte ikisini yapacak, 65+ yaş grubu ilave tüketimin yarısını yapacak, 40-59 yaş grubunun tüketim içindeki payı yüzde 40 olacak, tek başına yaşayanların (genç + yaşlı) tüketimdeki payı yüzde 20 olacak.

Tüketim kalıpları değişecek; tüketim sıklığı azalacak, ürünlerin kullanım süreleri artacak, yaş gruplarından farklı ihtiyaçlar tüketimi çeşitlendirecek.

Tüketiciler de değişiyor.

Fiyatlara daha hassas olunacak, azami fayda aranacak, değer odaklı olunacak.

Genç tüketiciler sağlıklı yaşam ve özgür yaşam odaklı eğilimlerde bulunacak.

Yaşlı tüketiciler fonksiyonel ve sağlıklı ürünleri tercih edecek.

Kişiyeye özel talepler artacak.

Dijital platformlardan tüketim-satın almalar artacak (gençler ve yaşlılar).

Tablo 24: Avrupa Birliği Pazarında Yeni Eğilimler, 2030

Kaynak: TGSD, Ufuk 2030, Türk Hazır Giyim Sektörü İçin Yol Haritası, 2016.

Sürdürülebilirlik Etkileri

Küresel sürdürülebilirlik eğiliminin etkisi altında hazır giyim tüketimi ile üretiminde kullanılan doğal kaynakların korunması arasında yeni bir denge kurulması ihtiyacı bulunmaktadır.

Pamuk, dünya su tüketiminin yüzde 2,6'sını kullanmaktadır. Mevcut hızı ile 2030 yılında pamuk için su talebi potansiyel arzını yüzde 40 aşacaktır. Endüstriyel kirli su atıklarının yüzde 17-20 arası tekstil yıkama ve boyama ile baskı işlerinden gelmektedir. Hazır giyim üretim zincirinde elyaftan nihai ürüne kadar olan üretim sürecinde yaklaşık 8.000 sentetik kimyasal ürün kullanılmaktadır.

Bu çerçevede hazır giyim sektöründe suni ve sentetik elyaf kullanımı artacaktır. Hesaplamalara göre üretimin yüzde 100 dönüşümlü polyesterden yapılması halinde pamukluya oranla yüzde 95 su tasarrufu, yüzde 64 enerji tasarrufu sağlanmakta ve yüzde 73 daha az karbon emisyonuna yol açılmaktadır. Tüketildikten sonra tam dönüşümlü olması nedeniyle yeniden üretilebilir olmaları, suni ve sentetik elyaflara üstünlük sağlamaktadır.

Suni ve sentetik elyafların kullanımının artacak olmasına bağlı olarak ürün geliştirme ve inovasyon çalışmaları da daha çok bu alanda genişleyecektir.

Sürdürülebilirlik Etkisi ile Fast Fashion Yerine Slow Fashion Gelişebilir.

Küresel eğilimler içinde yer alan sürdürülebilirlik, hazır giyim sektörünü önemli ölçüde etkileyecektir. Hazır giyim sektörü hem üretim hem de tüketim yönünde önemli değişimler gösterecektir.

Öncelikle sürdürülebilirlik ihtiyacı ile ilgili düzenlemelerde ve standartlarda artış olacağı tahmin edilmektedir. Yenilenebilir, geri dönüşümlü dayanıklı elyafların kullanımı ve bunlardan üretim artacaktır. Dönüşebilir giysilerin önemi artarken giysilerin kullanım süreleri de uzayacaktır. Yıkama yani su ihtiyacı en az olan ürünler tercih edilecektir. Alışveriş daha küçük mağazalarda yoğunlaşırken ikinci el tüketim yaygınlaşacaktır. Hızlı, interaktif ve tam otomasyon içinde üretim yapılacaktır. 3D ile kişiselleştirilmiş üretim aratacaktır. Etkin bir atık yönetimi ve geri dönüşümü uygulanacaktır. Kalıcı yerel ve kişisel tasarımlar öne çıkacaktır. Sık ve yeni koleksiyonların yerine paylaşılan koleksiyonlar olacaktır.

Bu eğilimlerin dünya hazır giyim sektöründe ağırlıklı olarak hakim olması halinde, hızlı moda eğilimi yerini yavaş moda eğilimine bırakmış olacaktır.

3.2. Dünya Triko Sektöründe Önemli Ülkeler

Dünya triko sektöründe moda, marka, üretim ve ihracat işlevleri ile bir çok ülke yer almakta ve yeni ülkeler katılmaktadır. Bu çerçevede mevcut önemli ülkelerin dünya triko sektöründeki konumları aşağıda sunulmaktadır.

Çin en büyük üretici ve ihracatçı ülke olmayı sürdürmektedir. Ancak Çin giderek iç tüketime de ağırlık vermektedir. Ayrıca Çin'deki üretim maliyetlerindeki artış nedeniyle Çin üretimini komşu ülkelere kaydırmaktadır.

Bangladeş ve Vietnam triko üretimi ve ihracatında dünyada ikinci ve üçüncü sıralara yerleşmiştir. Yatırımlar ile üretim kapasiteleri hızla büyümüştür. Çin sermayesi de yatırım yapmaktadır.

Kamboçya, Endonezya, Hindistan, Pakistan, Myanmar, Tayland Asya'da triko üretim ve ihracat kapasitesini büyüten diğer ülkelerdir.

Bölgesi	Konumu	Ülkeler
Asya	Lider Üretici	Çin
Asya	Hızlı Büyüyen Üretici ve İhracatçılar	Bangladeş, Vietnam
Asya	Yeni Üretici ve İhracatçılar	Kamboçya, Endonezya, Hindistan, Pakistan, Myanmar, Tayland
Asya	Ticaret Yapanlar	Hong Kong
Avrupa	Lider Markalı İhracat, Üretici	İtalya
Avrupa	Markalı İhracatçılar	Almanya, Fransa, İspanya
Avrupa	Yeni Üreticiler	Polonya, Portekiz, Romanya, Hırvatistan
Avrupa	Ticaret Yapanlar	Hollanda, Belçika
Avrupa	Üretici ve İhracatçı	Türkiye
Kuzey Afrika	Üretici ve İhracatçı	Fas, Tunus, Mısır
Amerika	Markalı İhracatçı	ABD
Amerika	Üretici İhracatçı	Guatemala, Honduras, El Salvador, Haiti, Nikaragua, Meksika

Tablo 25: Dünya Triko Sektöründe Önemli Ülkeler

İtalya dünya triko sektöründe moda ve kalite liderliğini sürdürmektedir. Markaları ile sektöre öncülük etmektedir. Üretim halen devam ediyor olmakla birlikte giderek ithal tedarikin payı artmaktadır.

Fransa, Almanya ve İspanya üretici olmayan, ancak markaları modada belirleyici olan ve ihracat yapan ülkelerdir. Hollanda ve Belçika ise organizatör ve perakende ticaret tarafında ağırlıklı olarak yer almaktadırlar.

Polonya, Portekiz, Romanya ve Hırvatistan Avrupa'da yeniden üretim yapan ülkeler olarak ortaya çıkmaktadırlar.

Türkiye sahip olduğu üretim kapasitesi ile yüksek katma değerli ve kaliteli ürünler segmentinde dünyanın en önemli üretici ve ihracatçı ülkesi konumundadır. Dünya markaları için üretim yapmaktadır.

Kuzey Afrika'da geleneksel olarak özellikle Güney Avrupa ile işbirliği içinde olan Fas ve Tunus ile ABD ile sahip olduğu STA avantajını kullanan Mısır üretici ve ihracatçı ülkelerdir. Ancak bu 3 ülkede kapasiteler küçüktür.

Amerika kıtasında ABD moda ve markaları ile triko sektöründe ihracatçı olarak yer almaktadır. Guatemala, Honduras, El Salvador, Haiti, Nikaragua ve Meksika ise ABD ile olan ticaret anlaşmaları kapsamında daha çok bu ülke pazarı için üretim ve ihracat yapan ülkelerdir.

Önümüzdeki dönemde Çin, Bangladeş, Hindistan, Vietnam ve Pakistan en büyük üretici ve ihracatçı ülkeler olmayı sürdürecektir. Bu ülkeler hazır giyim sektörleri için uzun vadeli planlamalar ile hareket etmeye devam edeceklerdir.

Bu ülkeler küresel hazır giyim sektörüne yön verirken, aynı zamanda Türkiye başta olmak üzere diğer rakip ülkeler için de belirleyici olacaklardır. Bu çerçevede Çin, Bangladeş, Hindistan, Vietnam ve Pakistan ile ilgili sektörel gelişme beklentileri ve hedefleri aşağıda paylaşılmaktadır.

Çin	<ul style="list-style-type: none"> • Üretim maliyetlerinde ve işgücü ücretlerinde artış sürecektir, • Sektöre örtülü kamu destekleri sona eriyor, • Yeni üretim kapasitesi kurulmuyor, • Sektördeki firmalarda konsolidasyon, • Yurtdışında yatırımlar; Vietnam, Kamboçya, Bangladeş, Laos, Myanmar, • Pamuk üreticisi Afrika ülkelerinde yatırım, • Artan iş gücü verimliliği, • Gelişen moda endüstrisi, • İhtisaslaşmış tedarik zinciri, • Hızlı büyüyen modern organize perakende Pazar, • Hızlı büyüyen lüks tüketim,
Bangladeş	<ul style="list-style-type: none"> • İhracat hedefi (tekstil+ hazır giyim) 2025 yılında 75 milyar dolar, • Geniş ucuz işgücü, • Yetenekli ve verimli işgücü/insan kaynağı, • Teknoloji kapasitesinde gelişme, yeni teknoloji yatırımları, • Kamu teşvikleri, • Özel üretim ticaret ekonomi bölgeleri, • Modern tekstil ve hazır giyim köyleri, • ABD ve AB ile GSP (Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi) avantajları, • Pamuklu üretimde ihtisaslaşma ve rekabet (pamuklu payı % 80), • Daha yüksek ürün kalitesi, • Dokuma giyim yanı sıra örme giyimde de gelişme, • Kumaşta dışarıya bağımlı, • Geleneksel tasarım ve aksesuarlar, • Üretim mekanları ve koşullarında iyileşme, (Social conduct uygulamaları),
Hindistan	<ul style="list-style-type: none"> • Dünya'nın en büyük ikinci tekstil ve hazır giyim üreticisi olmayı sürdürecektir, • Dünya'nın en büyük ikinci dokuma kapasitesine sahip, koruyarak geliştirecek, • Elyaftan hazır giyime kadar gelişmiş üretim-tedarik zincirine sahip, teknoloji temelli geliştirecek, • Çok uygun, yeterli ve çeşitli hammadde (pamuk, yün, jüt, seni-sentetik) olanaklarına sahip, • 2020 tekstil ve hazır giyim ihracat hedefi 75 milyar dolar, • Tekstil ve hazır giyimde kapasite dönüşümü; doğal elyaflardan suni ve sentetik elyaflara geçiş,
Vietnam	<ul style="list-style-type: none"> • Kamunun önemli destekleri bulunuyor, destekler kademeli olarak azalacak, • Kapasite yatırımları sürecektir, • Firmaların büyük bölümü kamu kuruluşu (Çin benzeri), • Çin yatırımları yapılıyor (hazır giyim ve kumaş + iplik) , • Tayvan yatırımları yapılıyor (suni + sentetik iplik + kumaş), • Tayvan ve Güney Kore teknoloji ve otomasyon firmaları yüksek teknolojili üretim tesisleri kuruyor ve yönetiyor, • Pamuklu ve sentetik temelli üretim kapasitesi birlikte artıyor, • Konfeksiyon ve dikim kalitesi ve kapasitesi yüksek, • Kumaşta dışarıya bağımlı, • Asya-Pasifik içinde ASEAN bütünleşmesi, • TTIP Amerika-Asya Pasifik İşbirliği Anlaşması ile bütünleşme avantajı,

Tablo 26: Önemli Üretici İhracatçı Ülkelerde Gelecek Beklentileri

Pakistan	<ul style="list-style-type: none"> • Tekstil Sanayi Bakanlığı faaliyet gösteriyor, • 2014-2019 Tekstil Sanayi Strateji Belgesi uygulanıyor, • Tekstil ve hazır giyim ihracat hedefi 2019 yılında 26 milyar dolar, • Yeni üretim (tekstil + hazır giyim) kapasitesi yatırımları; 5 milyar dolar, • Pamuk dışı iplik-kumaş üretim payını yüzde 14'den yüzde 30'a çıkarmak, • Hazır giyimde pamuklu dışı üretimin payını yüzde 28'den yüzde 45'e çıkarmak, • Kamu tarafından hazır giyim kentleri kuruluyor, • Yatırımlarda uzun dönemli vergi tatili desteği sağlanıyor, • Çin yatırımcıları geliyor, • Özel ekonomik bölgeler ilan edildi (hazır giyim üretim alanları için), • En önemli denim kumaş üreticisi, ihtisaslaşma artacak, • Sektörde yüzde 90 erkekler çalışıyor, • AB ile GSP uygulaması avantajı,
----------	--

Tablo 26: Önemli Üretici İhracatçı Ülkelerde Gelecek Beklentileri (Devamı)
Kaynak: TGSD, Ufuk 2030, Türk Hazır Giyim Sektörü İçin Yol Haritası, 2016.

3.3. Dünya Triko Harcamaları ve Pazarlar

Dünya triko harcamaları toplam hazır giyim harcamaları içinde yüzde 11-12 arasında pay almaktadır. Triko harcamalarındaki büyüme yine hazır giyim harcamalarındaki büyümeye yakın gerçekleşmektedir. Hazır giyim harcamaları küresel ölçekte nüfus ve hane halklarının satın alma gücündeki gelişmeye bağlı olarak yıllık ortalama yüzde 3-4 arasında artış göstermektedir. Ekonomide sıkıntılı yıllarda büyüme yüzde 2-3 aralığına kadar düşebilmektedir. Triko harcamaları da benzer eğilimi göstermektedir.

Triko harcamaları 2008 yılında 172,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. İzleyen yıllarda istikrarlı bir artış göstermiştir. 2018 yılında 204,4 milyar dolara kadar yükselmiştir. Triko talebi küresel iklim değişiminin yarattığı gelişmelerden olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle 2008-2018 arasında triko tüketim harcamaları artışı toplam hazır giyim harcamaları artışının bir miktar altında kalmıştır. Buna bağlı olarak triko harcamalarının toplam hazır giyim harcamaları içinde 2008 yılında yüzde 12,3 olan payı 2018 yılında yüzde 11,0'e inmiştir.

Triko harcamalarında Avrupa yüzde 35 payı ile en büyük pazar olmaya devam etmektedir. Onu Amerika pazarı yüzde 30 payı ile izlemektedir. Asya pazarı en hızlı büyüyen pazar olarak yüzde 26 paya ulaşmıştır. Pazarın yüzde 9'unu ise diğer bölgeler oluşturmaktadır.

Yıllar	Triko Harcamaları	Toplam Hazır Giyim Harcamaları
2008	172,3	1.402,0
2009	164,4	1.347,2
2010	173,0	1.441,8
2011	186,9	1.557,1
2012	184,6	1.564,2
2013	185,8	1.599,7
2014	193,0	1.663,7
2015	195,4	1.714,0
2016	196,5	1.757,0
2017	201,0	1.810,0
2018	204,4	1.858,4

Tablo 27: Dünya Triko Harcamaları (Milyar Dolar)
Kaynak: TGSD, Ufuk 2030, Türk Hazır Giyim Sektörü İçin Yol Haritası, 2016, Çalışma Ekibi.

3.4. Dünya Triko Ticareti

Dünya triko ticareti başlığı altında triko ihracatı, hazır giyim ihracatı içindeki payı, ihracatın ürün grupları arasında dağılımı, ihracatçı ülkeler ve ithalatçı ülkelere yer verilmektedir.

3.4.1. Dünya Triko İhracatı ve Hazır Giyim İhracatı İçinde Konumu

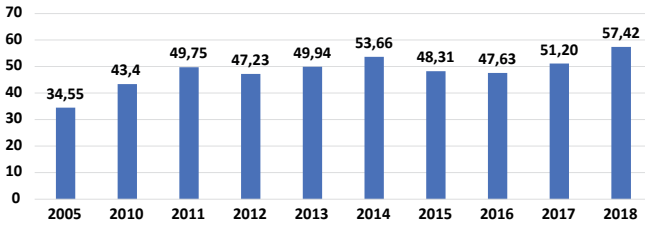
Dünya triko ihracatı 2005 yılında 34,55 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu yıldan itibaren dünya ticaretinde başlayan serbestleşme ile üretime ve ihracata yeni ülkeler katılmaya başlamıştır. Bunların etkisi ile dünya triko ihracatı artışı ivme kazanmıştır. Dünya triko ihracatı 2010 yılında 43,40 milyar dolara ulaşmıştır.

İzleyen yıllarda ise dünya triko ihracatının artış hızı normalleşmeye başlamış ve ihracat gelişmelere bağlı olarak dalgalanmalar göstermiştir. Dünya triko ihracatı 2014 yılında 53,66 milyar dolara yükselmiştir. 2015 ve 2016 yıllarında küresel ticaretteki daralmanın da etkisi ile geriledikten sonra 2018 yılında önemli bir artış göstermiş ve 57,42 milyar dolara yükselmiştir.

Triko ihracatının dünya hazır giyim ihracatı içindeki payı 2005 yılında yüzde 12,01 iken 2010 yılında yüzde 11,74'e inmiştir. İzleyen yıllarda alınan payda sınırlı değişimler yaşanmakla birlikte 2018 yılında yine yüzde 11,79 pay alınmıştır.

Yıllar	Triko İhracatı (Milyar Dolar)	Hazır Giyim İhracatı (Milyar Dolar)	Triko İhracatı Pay (%)
2005	34,55	287,70	12,01
2010	43,40	369,79	11,74
2011	49,75	432,43	11,50
2012	47,23	419,52	11,26
2013	49,94	459,66	10,86
2014	53,66	483,28	11,10
2015	48,31	451,00	10,71
2016	47,63	443,20	10,75
2017	51,20	464,60	11,02
2018	57,42	487,22	11,79

Tablo 28: Dünya Triko İhracatı ve Dünya Hazır Giyim İhracatı İçinde Payı
Kaynak: BM Ticaret Veri Tabanı, Trade Map.



Grafik 16: Dünya Triko İhracatı (Milyar Dolar)
Kaynak: BM Ticaret Veri Tabanı, Trade Map.

3.4.2. Dünya Triko İhracatında Ürün Grupları

Dünya triko ihracatında altı alt ürün grubundan ikisi ticarete önemli bir paya sahip bulunmaktadır.

Bunlar pamuklu triko ürünleri ile sentetik ve suni elyaflardan triko ürünleridir. Pamuklu triko ürünlerin ihracatı 2018 yılında 23,12 milyar dolar, suni ev sentetik liflerden triko ürünleri ihracatı ise 25,90 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Ürün Kodu	Ürünler	2010	2012	2015	2016	2017	2018
611011	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; yünden (örme veya kroşe)	3.663	3.944	4.063	3.938	4.036	4.498
611012	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; kaşmir keçisinin kıllarından (örme veya kroşe)	1.209	1.515	1.442	1.401	1.615	1.854

Tablo 29: Triko Sanayi Dünya İhracatı Ürün Grupları (Milyon Dolar)

Ürün Kodu	Ürünler	2010	2012	2015	2016	2017	2018
611019	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; diğer ince hayvan kıllarından (örme veya kroşe)	362	428	393	370	432	483
611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	18.946	18.953	18.169	18.291	20.267	23.124
611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	15.437	18.409	20.655	21.266	23.096	25.901
611090	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	3.788	3.970	3.590	2.365	1.741	1.546

Tablo 29: Triko Sanayi Dünya İhracatı Ürün Grupları (Milyon Dolar) (Devamı)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

Bu iki ürünün ihracatında yaşanan en önemli gelişme suni ve sentetik liflerden triko ürünleri ihracatının daha hızlı artış göstermesi ve 2015 yılından itibaren pamuklu triko ürünleri ihracatını geçmesidir. Bu eğilimin önümüzdeki yıllarda da sürmesi beklenmektedir.

Yünden triko ürünleri ihracatı küresel iklim değişimi ve mevsim değişimlere bağlı olarak talepte karşılaştığı dalgalanmalara rağmen yeniden artışa geçmiştir. Kaşmir ürünlerin ihracatı da istikrarlı bir artış göstermektedir.

3.4.3. Dünya Triko Ticaretinde İhracatçı Ülkeler

Dünya triko ihracatında en yüksek ihracat yapan ülkeler aşağıda sunulmakta ve değerlendirilmektedir. Buna göre Çin 18,13 milyar dolar ihracatı ile dünya ihracatının yaklaşık yüzde 31,6'sını yapmaktadır. Çin'in arkasından gelen ülkelerin ihracatları ile Çin ihracatı arasında büyük bir fark oluşmuştur.

İkinci sırada Bangladeş, üçüncü sırada ise Vietnam yer almaktadır. Bu iki ülke önemli üretici ve ihracatçı ülkeler haline gelmiştir. Dördüncü sıradaki Hong Kong ticarete aracılık etmektedir.

Ardından geleneksel Avrupalı ihracatçı ülkeler olan İtalya, Almanya, Türkiye, İspanya, Fransa, Hollanda ve Belçika gelmektedirler. Bu ülkeler arasında yer alan Kamboçya ve Endonezya'da da triko üretimi ve ihracatı önemli bir gelişme göstermektedir. Türkiye dünya triko ihracatında sekizinci sırada yer almaktadır. İlk 20 ihracatçı içinde yer alan ülkeler İngiltere, Polonya, Danimarka, Guatemala ve ABD'dir. Portekiz, Hindistan ve Pakistan ise üretim ve ihracatlarını artırmaya başlayan ülkelerdir.

Sıra	Ülke	Milyon Dolar
1	Çin	18.131
2	Bangladeş	5.198
3	Vietnam	4.075
4	Hong Kong	3.251
5	İtalya	3.208
6	Almanya	2.615
7	Kamboçya	2.331
8	Türkiye	1.932
9	İspanya	1.623
10	Fransa	1.370
11	Hollanda	1.311
12	Belçika	1.095
13	Endonezya	976
14	İngiltere	965
15	Polonya	694
16	Danimarka	686
17	Guatemala	675
18	Portekiz	508
19	ABD	507
20	Hindistan	362
21	Pakistan	347

Tablo 30: Dünya Triko İhracatçısı Ülkeler (2018)**Kaynak:** BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü, Çalışma Ekibi.

Ürün grupları itibarıyla ihracatçı ülkeler değerlendirildiğinde pamuklu triko ürünleri ihracatında ilk üç sırada Çin, Bangladeş ve Vietnam yer almaktadır. Türkiye altıncı sıradadır. Suni ve sentetik liflerden triko ürünleri ihracatında ilk üç sırada yine Çin, Bangladeş ve Vietnam yer alırken Türkiye dokuzuncu sıradadır. Yünlü triko ürünleri ihracatında ise ilk üç sırada Çin, İtalya ve Hong Kong bulunmaktadır. Türkiye 14. sırada yer almaktadır.

Sıra	Ülke	Milyon Dolar
1	Çin	5.900
2	Bangladeş	2.578
3	Vietnam	2.020
4	Hong Kong	1.399
5	Almanya	1.144
6	Türkiye	1.030
7	Kamboçya	1.010
8	İtalya	966
9	Hollanda	683
10	Endonezya	587
11	Belçika	557
12	İspanya	555
13	Fransa	530
14	İngiltere	434
15	Guatemala	330

Tablo 31: Dünya Pamuklu Triko Ürünleri İhracatçısı Ülkeler (2018)**Kaynak:** BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü, Çalışma Ekibi.

Sıra	Ülke	Milyon Dolar
1	Çin	10.289
2	Bangladeş	2.443
3	Vietnam	1.781
4	Almanya	1.162
5	Kamboçya	1.114
6	İspanya	946
7	Hong Kong	899
8	İtalya	797
9	Türkiye	789
10	Belçika	486
11	Fransa	440
12	Hollanda	414
13	Polonya	344
14	Guatemala	344
15	Danimarka	328
16	İngiltere	271
17	Endonezya	259
18	ABD	224

Tablo 32: Dünya Suni ve Sentetik Elyaftan Triko Ürünleri İhracatçısı Ülkeler (2018)**Kaynak:** BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü, Çalışma Ekibi.

Sıra	Ülke	Milyon Dolar
1	Çin	1.023
2	İtalya	783
3	Hong Kong	592
4	Fransa	232
5	Almanya	218
6	Vietnam	171
7	Hollanda	147
8	İngiltere	136
9	Kamboçya	115
10	Bangladeş	79
11	Romanya	75
12	İspanya	73
13	Danimarka	71
14	Türkiye	68
15	Tunus	65
16	Hırvatistan	48
17	Polonya	48

Tablo 33: Dünya Yünlü Triko Ürünleri İhracatçısı Ülkeler (2018)**Kaynak:** BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü, Çalışma Ekibi.

3.4.4. Dünya Triko Ticaretinde İthalatçı Ülkeler

Dünya triko ticaretinde en yüksek ithalat yapan ülkeler aşağıda sunulmakta ve değerlendirilmektedir. Buna göre ABD 15,26 milyar dolar ithalatı ile dünya ithalatının yaklaşık yüzde 26,8'ini yapmaktadır. Arkasından gelen ülkelerin ithalatları ile ABD ithalatı arasında büyük bir fark oluşmuştur. İkinci sırada Almanya, üçüncü sırada ise Japonya yer almaktadır.

Daha sonra Fransa ve İngiltere ile ticarete aracılık eden Hong Kong gelmektedir.

Ardından geleneksel Avrupalı ithalatçı ülkeler olan İtalya, İspanya, Hollanda ve Belçika gelmektedirler. Bu ülkeler arasında yer alan Kanada ve Güney Kore de önemli ithalat yapmaktadırlar.

İlk 20 ihracatçı içinde yer alan diğer ülkeler Çin, İsviçre, Polonya ve Rusya ithalatlarını artırmaya başlayan ülkelerdir. Danimarka, Avusturya ve İsveç geleneksel Avrupalı ihracatçı ülkeler olarak ilk 20 ithalatçı içinde yer almaya devam etmektedirler.

Türkiye'nin ilk 20 ithalatçı ülkeye ihracatı da aynı tabloda sunulmaktadır. Buna göre İspanya pazarında yüzde 10,82, Almanya pazarında yüzde 9,43, İngiltere pazarında yüzde 8,75 ve Hollanda pazarında yüzde 6,84 pay alınmıştır. En büyük ithalatçı ABD pazarında ise pay yüzde 0,26 olmuştur.

Sıra	Ülke	İthalat (Milyon Dolar)	Türkiye İhracat (Milyon Dolar)	Türkiye Pay (%)
1	ABD	15.260	39,1	0,26
2	Almanya	4.866	458,5	9,43
3	Japonya	4.601	3,8	0,08
4	Fransa	3.196	90,5	2,85
5	İngiltere	3.187	279,1	8,75
6	Hong Kong	2.439	2,9	0,12
7	İtalya	2.384	73,3	3,06
8	İspanya	2.125	229,9	10,82
9	Hollanda	1.667	113,6	6,84
10	Kanada	1.484	6,9	0,46
11	Belçika	1.171	48,6	4,18
12	Güney Kore	1.010	2,3	0,23
13	Çin	1.001	11,2	1,12
14	İsviçre	935	11,9	1,27
15	Polonya	901	31,2	3,44
16	Rusya	872	31	3,56
17	Danimarka	701	33,9	4,85
18	Avusturya	689	7,9	1,15
19	Avustralya	627	2,5	0,40
20	İsveç	539	2,1	0,39

Tablo 34: Dünya Triko İthalatçısı Ülkeler (2018)

Kaynak: BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü, Çalışma Ekibi.

Türkiye'nin yakın ve komşu ülkelerinin triko ithalatı ise aşağıda sunulmaktadır. BAE, İsrail, Romanya, Yunanistan ve Hırvatistan ihracat fırsatları sunmaktadır. Diğer ülkelerde de ithalatlar gelişme göstermektedir.

Türkiye birçok yakın ve komşu ülke pazarında önemli paylara ulaşmıştır. Irak pazarında pay yüzde 64,38, Kırgızistan pazarında ise yüzde 62,5'tir.

Gürcistan, Cezayir ve Ukrayna pazarında paylar yüzde 30'un üzerindedir. Bulgaristan, Kazakistan, Fas, Mısır ve Sırbistan pazarlarında ise paylar yüzde 20 ile 30 arasındadır. Triko sektörü yakın ve komşu ülke pazarlarını önemli ölçüde değerlendirmektedir. Körfez ülkeleri pazarında ise göreceli olarak daha düşük paylar bulunmaktadır.

Sıra	Ülke	İthalat (Milyon Dolar)	Türkiye İhracat (Milyon Dolar)	Türkiye Pay (%)
1	BAE	332	7,8	2,35
2	İsrail	184	20,3	11,03
3	Romanya	173	16,8	9,83
4	Yunanistan	170	10,1	5,94
5	Hırvatistan	141	2,4	1,70
6	S. Arabistan	99	11,7	12,02
7	Irak	64	41,2	64,38
8	Kuveyt	63	1,8	2,86
9	Bulgaristan	60	15,9	26,50
10	Ukrayna	59	18,2	30,51
11	Kazakistan	54	15,6	29,07
12	Fas	51	13,4	25,29
13	Lübnan	50	7,9	15,60
14	Mısır	47	14,2	29,79
15	Belarus	46	7,0	15,22
16	Sırbistan	42	10,3	23,57
17	Cezayir	38	11,6	31,05
18	Azerbaycan	28	3,4	12,14
19	Kırgızistan	24	15,0	62,50
20	Gürcistan	20	7,0	35,00

Tablo 35: Yakın ve Komşu Ülkelerde Triko İthalatı (2018)

Kaynak: BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü, Çalışma Ekibi Hesaplaması.

3.4.5. Türkiye'nin Dünya Triko İhracatında Payı

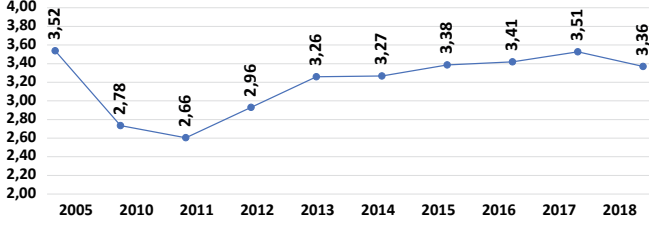
Türkiye'nin dünya triko ihracatı payında yaşanan gelişmeler aşağıda sunulmaktadır. Buna göre Türkiye'nin ihracatı payı 2005 yılında yüzde 3,52 olarak gerçekleşmiştir. Ardından dünya ticaretinde serbestleşme, Çin etkisi ve sektörde yaşanan dönüşüm süreci etkileri ile dünya ihracatı içinden alınan pay 2011 yılında yüzde 2,66'ya kadar gerilemiştir.

Yıllar	Türkiye Pay (%)	Türkiye İhracat (Milyon Dolar)	Dünya İhracat (Milyar Dolar)
2005	3,52	1.216	34,55
2010	2,78	1.205	43,40
2011	2,66	1.321	49,75
2012	2,96	1.397	47,23
2013	3,26	1.629	49,94
2014	3,27	1.754	53,66
2015	3,38	1.632	48,31
2016	3,41	1.624	47,63
2017	3,51	1.796	51,2
2018	3,36	1.931	57,42

Tablo 36: Türkiye'nin Dünya Triko İhracatında Payı

Kaynak: BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK ve Çalışma Ekibi Hesaplaması.

İzleyen yıllarda ise dünya triko ihracatından alınan pay yeniden artmaya başlamıştır. 2013 yılında dünya ihracatı içinden alınan pay yüzde 3,26'ya, 2017 yılında ise yüzde 3,51'e yükselmiştir. Böylece 2005 yılındaki paya yeniden ulaşılmıştır. 2018 yılında ise payda sınırlı bir gerileme yaşanmıştır.



Grafik 17: Türkiye'nin Dünya Triko İhracatında Payı
Kaynak: BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Çalışma Ekibi Hesaplaması.

Türkiye'nin ürün grupları itibariye dünya triko ihracatından aldığı paylar da değerlendirilmektedir. Buna göre ihracatta en yüksek pay alınan alt ürün grupları pamuklu triko ürünlerinde yüzde 4,45, sentetik ve suni liflerden triko ürünlerinde yüzde 3,04'tür. Diğer maddelerden triko ürünleri ihracatı payı yüzde 1,95 ve yünden triko ürünleri ihracatında pay yüzde 1,52'dir. Önemli ihracat ürün gruplarında 2010 yılından bu yana ihracat payında artış sağlanmaktadır.

Türkiye Pay (%)	2010	2015	2016	2017	2018
611011 Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; yünden (örme veya kroşe)	1,73	1,52	1,63	1,64	1,52
611012 Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; kaşmir keçisinin kıllarından (örme veya kroşe)	0,07	0,08	0,09	0,06	0,04
611019 Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; diğer ince hayvan kıllarından (örme veya kroşe)	2,06	8,98	10,34	4,00	3,03
611020 Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	3,55	4,31	4,48	4,81	4,45
611030 Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	2,87	3,31	3,10	3,00	3,04
611090 Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	0,50	1,35	1,75	2,53	1,95

Tablo 37: Türkiye'nin Ürün Grupları İtibariye Dünya Triko İhracatından Aldığı Paylar (Yüzde)

Kaynak: BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Çalışma Ekibi Hesaplaması.



Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde Türkiye triko sanayinde gelişme dinamikleri ve bunlarla ilişkili önerilere yer verilmektedir.

1. Rakip Ülkelerde Kapasite Gelişmeleri ve Rekabetin Değişen Dinamikleri

Dünya triko sanayinde önde gelen ülkeler iki gruba ayrılmaktadır. İlki İtalya, Almanya, İspanya, ABD gibi markaları olan ve İtalya gibi yine aynı zamanda üretim yapan ülkeler grubudur. İkinci grupta ise başta Çin olmak üzere önemli üretici ve ihracatçı ülkeler bulunmaktadır. Çin yanı sıra Bangladeş, Vietnam, Kamboçya, Endonezya, Hindistan ve Pakistan önemli üretici ülkelerdir.

İlk grupta yer alan İtalya, Almanya ve ABD yüksek katma değerli ve markalı ürünler pazarına hakim bulunmaktadır. İspanya, öncülüğünü yaptığı hızlı moda eğilimi içinde markaları ile triko alanında da yer almaktadır.

İkinci grupta yer alan üretici ve ihracatçı ülkeler ise yüksek üretim kapasitelerine sahip bulunmaktadır. Bu çerçevede bu ülkelerin 2000-2018 dönemindeki triko makine ithalatları aşağıda sunulmaktadır. Makine ithalatları mevcut kapasitelerine ilişkin bilgi vermektedir.

2000-2018 arasında en yüksek makine ithalatını Bangladeş gerçekleştirmiştir. Bu dönemde Bangladeş 433.850 adet makine ithalatı yapmıştır. Bangladeş makine parkının tamamını ithalat ile karşılamaktadır. Bu çerçevede Bangladeş'te 4,0 milyar adet/yıl üretim kapasitesine ulaşıldığı tahmin edilmektedir.

Ülkeler	2000-2010	2011-2018	2000-2018
Bangladeş	131.260	302.590	433.850
Çin	186.753	63.831	250.584
Hindistan	14.782	50.041	64.823
Pakistan	8.730	15.433	24.163
Vietnam	8.110	12.738	20.848
Endonezya	6.851	6.273	13.124
Kamboçya	4.020	5.485	9.505

Tablo 38: Üretici ve İhracatçı Ülkelerin Triko Makinesi İthalatı (Adet)
Kaynak: Trade Map.

Çin ilk dönemlerde daha çok ithalat ile makine ihtiyacını karşılarken, kendi makinelerini de artan oranda kullanmaya başlamıştır. Çin 2000-2018 arasında 250.584 adet makine ithalatı yapmıştır. Yurtiçinde son on yılda yıllık ortalama 125.000 adet yerli makine satışı gerçekleşmiştir. Ancak son yıllarda kapasite doygunluğu ile hem ithalat hem de yerli makine satışları adet olarak azalmaktadır.

2010'lu yıllarda makine ithalatları artan ve buna bağlı olarak üretim kapasiteleri genişleyen diğer ülkeler ise Vietnam, Hindistan, Pakistan, Endonezya ve Kamboçya'dır.

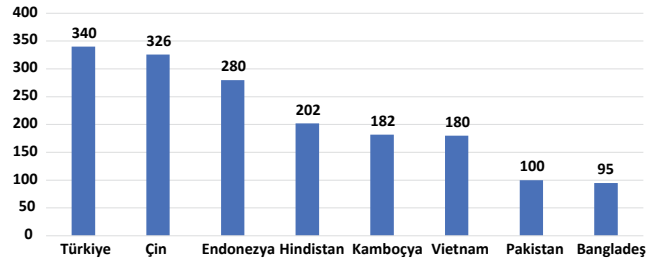
Özellikle Vietnam ve Hindistan önemli kapasiteler oluşturmaktadırlar. Vietnam'da yurtiçinde Güney Kore, Japon ve Tayvanlı makine üreticileri de bulunmaktadır. Bu nedenle Vietnam makine parkını daha çok yurtiçindeki üretim ile karşılamaktadır.

Bütün bu ülkelerde hazır giyim kümelenmeleri ve ayrıca gelişen triko sanayi kümeleri bulunmaktadır. Hindistan ve Pakistan aynı zamanda iplik üreticisi de olarak triko sanayinde entegre bir yapıya sahip bulunmaktadır.

Türkiye triko sektörü halen Çin, Bangladeş, Vietnam ve Hindistan'dan sonra dünyanın en büyük beşinci üretim kapasitesine sahip bulunmaktadır. Bu ülkelerin hızlı büyüyen kapasiteleri rekabet baskısı yaratmaktadır. Türkiye'de kapasite artmakla birlikte daha çok hızlı-küçük parti ve yüksek katma değerli üretime yönelik bir üretim kapasitesi oluşmaktadır. Bu çerçevede Türk triko sanayi yakın zamanda Kamboçya, Endonezya ve Pakistan'ın kapasite artışı baskısı ile de karşılaşılacaktır.

2. Üretim Maliyetleri Rekabette Belirleyici Olmaya Devam Etmektedir.

Dünya hazır giyim sektörünün genelinde ve triko sanayinde markalı üretim ve ihracat yapan ülkeler moda ve eğilimlere de yön vermekte olup maliyet ve fiyat dışındaki kalite ve moda alanında rekabet etmektedirler.



Grafik 18: Seçilmiş Ülkelerde Net Asgari Ücret (Dolar, 2018)
Kaynak: Ernst And Young, Global Wages and Salaries 2018.

Üretici ve ihracatçı konumdaki diğer ülkeler için ise fiyat ve üretim maliyetleri rekabette belirleyici olmaya devam etmektedir. Bu nedenle Türkiye triko sanayi hem maliyet ve fiyat rekabetini yönetmekte hem de daha yüksek katma değerli üretim ve markalaşma süreci içinde bulunmaktadır. Mevcut üretim maliyeti koşulları dikkate alındığında triko sanayi için fiyat ve maliyet rekabeti sürdürülebilir görünmemektedir. Bu nedenle sanayi için yüksek katma değerli üretim ve markalaşma öne çıkan seçenekler olmaktadır.

Maliyet rekabetinde önemli ölçüde belirleyici olan net ücretin yanı sıra ücretler üzerindeki yükümlülükler olmaktadır.

Bu çerçevede Bangladeş, Hindistan, Pakistan, Kamboçya ve Endonezya'nın ücretler üzerindeki düşük yükler ile de avantaja sahip oldukları görülmektedir.

Ülkeler	İşveren Sosyal Güvenlik Katkı Payı (%)	Çalışan Sosyal Güvenlik Katkı Payı (%)	Gelir Vergisi Oranı (%)	Katma Değer Vergisi
Bangladeş	0,00	0,00	30,00	15,00
Pakistan	5,00	1,00	20,00	17,00
Hindistan	12,00	12,00	35,00	18,00
Vietnam	21,00	9,50	35,00	10,00
Kamboçya	3,40	0,00	20,00	10,00
Endonezya	4,24	2,00	5,00-30,00	10,00
Çin	31,16	10,20	0,00	13,00
Türkiye	15,50	14,00	15,00	8,00

Tablo 39: Üretici ve İhracatçı Ülkelerde İşgücü Maliyetleri ve Vergiler
Kaynak: Doing Business in Countries, 2019, World Bank.

3. İkili Serbest Ticaret Anlaşmaları Ticarete Avantaj Sağlamaktadır.

2005 yılında çok taraflı mal ticareti anlaşması sonrasında küresel ticareti daha çok ikili ve bölgesel ticaret anlaşmaları şekillendirmeye başlamıştır.

Çin 2005 yılında başlayan dünya ticaretindeki serbestlemeden hazır giyim ve triko sektöründe önemli ölçüde yararlanmış. Başta ABD ve AB pazarları olmak üzere tüm dünya pazarlarında hakimiyet kurmuştur. Çin bu avantajını halen korumakla birlikte ABD'nin triko ürünleri ihracatını da kapsayan korunma önlemleri ile karşılaşmıştır. Çin küresel serbest ticareti savunmaya devam etmektedir.

2005 sonrasında küresel ölçekte yeni bir anlaşma olmamıştır. Buna bağlı olarak ülkeler daha çok ikili ve bölgesel ticaret anlaşmalarına yönelmişlerdir.

Triko sanayinde önemli üretici ve ihracatçı ülke olan Bangladeş ve Pakistan genelleştirilmiş ticaret sistemi ile ve de bu kapsamda ABD, AB ve diğer gelişmiş ülke pazarlarına sıfır vergiler ile ihracat yapmaktadırlar.

Vietnam, ABD ve AB ile serbest ticaret anlaşmalarına sahiptir ve bu pazarlara avantajlı olarak erişebilmektedir. Kamboçya, Endonezya ve Hindistan ise ticaretlerini daha çok üçüncü ülke statüsünde gerçekleştirmektedirler.

Türkiye Gümrük Birliği nedeniyle AB pazarına sıfır gümrük vergisi ile ihracat yapmakta ve bunun avantajını kullanmaktadır. Ancak gümrük birliği Türkiye'nin başta ABD pazarı olmak üzere diğer önemli ülkeler ile serbest ticaret anlaşmaları yapmasını engellemektedir. Diğer sanayiler olduğu gibi triko sanayi de bundan etkilenmektedir.

Bu nedenle Türkiye'nin AB ile Gümrük Birliği anlaşmasını güncellemesi ve diğer ülkeler ile serbest ticaret anlaşmaları yapar hale gelmesi hazır giyim ve triko sanayi ihracatı için destekleyici olacaktır.

4. İklim Değişimi Triko Talebini Etkilemektedir.

İklim değişimi ile tüketici ihtiyaçları ve talepleri de değişim göstermektedir. Triko daha çok ikincil bir ürün olarak ve daha çok sonbahar ve kış mevsimlerinde talep edilen bir üründür.

İklim değişimi sonucu atmosfer sıcaklığının artması, ortalama mevsim sıcaklıklarının yükselmesi, normal olmayan hava koşulları ve mevsimlerin kayması gibi bir çok unsur triko talebini de etkilemektedir.

Her şeyden önce daha hafif ve ince triko ürünlerine talep artmaktadır. Yünlü triko talebi azalmaktadır. Hava koşulları karşısında suni ve sentetik trikoların daha çok talep edildiği görülmektedir. Bu nedenle üretimde de daha çok ince ve suni ve sentetik ağırlıklı iplikler öne çıkmaktadır.

Türkiye'de de triko sanayi için aynı koşullar geçerlidir. Türkiye'de de daha ince ve hafif triko üretimi ihtiyacı öne çıkmaktadır. Elyafar arasında suni ve sentetik ipliklerin daha çok kullanıldığı görülmektedir.

Bu çerçevede Türkiye'de triko sektörünün kaliteli ve yeterli iplik erişiminin sürdürülebilir kılınması sağlanmalıdır.

5. Triko Çok Ürünlü Markaların Çatısı Altına Girmektedir.

Küresel ölçekte triko talebine yönelik ortaya çıkan koşullar nedeniyle tek başına triko markası olarak perakende pazarda yer almak giderek zorlaşmaktadır. Önemli ve lüks markalar moda ve lüks yaklaşımları ile tekil triko markası olarak pazarı domine etmeye devam etmektedir. Ancak diğer segmentlerdeki trikolar daha çok, çok ürünlü moda perakende markalarının çatısı altına girmekte ve onların markaları ile perakende pazarda yer almaktadır.

Türkiye'de de bir çok önemli tekil triko markası bu baskı ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu markalar için ilave seçenekler diğer hazır giyim markaları ile işbirlikleri yapmak ve ortak satış kanalları kullanmak olmalıdır.

6. Tüketici ve Alıcıların Sürdürülebilirlik Hassasiyeti Artmaktadır.

Küresel ölçekte tüketicilerin ve alıcıların sürdürülebilirlik hassasiyetleri artmaktadır. Bunu besleyen önemli iki eğilim sorumlu tüketim ve sorumlu tedariktir.

Sorumlu Tüketim

Sorumlu tüketim bireylerin tüketim kararlarını verirken, tükettikleri ürünün doğa, üretici işçiler ve topluluklar, hayvan refahı ve genel olarak toplum üzerindeki etkilerini göz önünde bulundurdıkları davranışa verilen isimdir. Bir aktivizm türü olarak da görülebilecek bu davranışın temelinde, doğaya, hayvanlara ve insan hayatına önem vermeden üretim yapan firmaların ürünlerini tüketmeyerek (bir nevi boykot uygulayarak), bu firmaların üretim süreçlerinde daha doğa ve insan dostu yöntemleri benimsemelerini sağlamak yatmaktadır.

Tüketici ucuz ama sorumlu olmayan ürünler üreten şirket yerine, sorumlu üretim yapan üreticiyi tercih ederek, sorumlu üreticiyi ödüllendirir ve güçlenmesini sağlar. Öte yandan da sorumlu olmayan üreticinin, sorumlu üretim yöntemlerini kullanmasını sağlar.

Sorumlu Tedarik ve Sürdürülebilir Tedarik Zinciri

Sorumlu tedarik, hem satın alma yapan ve satış gerçekleştiren şirketlere, hem de toplumun geneline net faydalar sağlayan, çevrenin ve sosyo-ekonomik faktörlerin satış fiyatından daha öncelikli olarak göz önünde bulundurulduğu bir tedarik yaklaşımıdır.

Sorumlu tedarik sürecinde işçi refahı, iş güvenliği ve sağlığı, örgütlenme özgürlüğü, adil ücretler ve insani çalışma süreleri gibi konular ön plandadır. Buna göre çevre üzerinde olumsuz etkisi olan üretim biçimleri, rüşvet, yolsuzluk, modern kölelik, insan kaçakçılığı, çocuk işçiliği, ayrımcılık ve benzeri uygulamaların tedarik zinciri içinde bulunmaları kabul edilemez.

Sorumlu tedarik veya satın alma kavramı, satın alma sürecine ve pratiklerine “çevresel etki” boyutu getirilmesi olarak ifade edilmektedir. Satın alınacak ürün ve hizmetlerde birincil önceliğin maliyet-etkinlik olması yerine çevresel etkinin de bir seçim kriteri haline gelmesi iklim değişikliği gibi çok boyutlu (çevresel, sosyal ve ekonomik) krizlerin etkilerinin azaltılması veya engellenebilmesi fikrinden doğmuştur.

Sorumlu satın alma/tedarik kavramı “Kamuda ve Özel Sektörde Çevre Dostu Satın Alım” projesinde şu şekilde tanımlanmıştır: Sorumlu satın alma, kurum ve kuruluşların mal, hizmet veya yapım satın alımında, insan sağlığı ve çevre üstünde olumsuz etkileri en düşük olacak seçenekleri tercih etmeleridir. Sorumlu satın almada mal, hizmet ve yapımlarda ‘ne’ alındığı kadar ‘nasıl’ alındığı da önem taşımaktadır. Temel amaç, tedarik sürecini enerji israfı, seragazi salımları, kimyasal kirlilik ve atıklar gibi olumsuz çevresel etkilerden arındırmaktır.

Tedarik ve satın almaya konu olan mal ve hizmetlerin üreticileri de sürdürülebilirlik ile azami uyum sağlayarak alıcıların ihtiyaçlarını, taleplerini ve kurallarını karşılamaya çalışmaktadır.

Bu iki eğilim tüm sektörlerde olduğu gibi hazır giyim sektörü ve triko sektöründe de etkili olmaktadır. Bu nedenle Türkiye’de hazır giyim sektörü ile triko sektöründe de sürdürülebilirlik ile azami uyumu sağlayacak adımların atılmasına devam edilmelidir.

Ancak sürdürülebilirlik uyumu firmalar için artan oranda yatırım ve ilave finansman ihtiyacı da yaratmaktadır. Kamu bu çerçevede yapılan yatırım ve harcamaları teşvik kapsamına almalı ve uygun finansman olanakları sağlamalıdır.

7. Üretici ve İhracatçılar İçin Sosyal Koşullara Uyum İhtiyacı Zorunluluk Haline Gelmektedir.

Tüketiciler ve alıcılar ile kanun yapıcıların birlikte oluşturduğu yeni koşullar üretici ve ihracatçı firmaları da bunlara uymaya zorunlu hale getirmektedir.

Türkiye’de hazır giyim sanayi ve triko sanayi “social conduct” olarak adlandırılan sosyal koşullara azami ölçüde uyum göstermektedir. Bir çok uluslararası etiket talebi karşılanmaktadır.

Bu konuda iki ihtiyaç bulunmaktadır. Bunlardan ilki sosyal koşullara uyumun belgelenmesi sürecinde yurtiçinde gelişmiş ve yeterli test ölçme ve değerlendirme alt yapısının kurulmasıdır. İkincisi ise sosyal koşullara uyum sağlamayan firmaların yarattığı haksız rekabettir.

8. Satış Kanallarında İnternet ve Dijital Platformların Payı Artmaktadır.

Hazır giyim ve triko sektöründe teknolojik gelişmeler üretim ve tüketim taraflarında artan oranda etkili olmaktadır. Tüketim tarafında özellikle satış kanalları çeşitlenmektedir. Fiziki satış kanalları daha çok dijital ve teknoloji tabanlı hizmetler sunarken, internet üzerinden satış payı da artmaktadır. Önümüzdeki dönemde internet üzerinden erişim ve satışların payının artmasını sürdürmesi beklenmektedir. Önemli ve büyük pazarlarda ise internet üzerinden alışveriş eğiliminin farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte internet üzerinden satışın artacak olması üretim ve tedarik eğilimlerini de değiştirecektir. Daha sık ve küçük parti üretim ve tedarikler ile daha sık koleksiyonlara ihtiyaç artacaktır.

9. Teknoloji ve İnovasyon Eğilimleri Değişimi Zorunlu Kılmaktadır.

Hazır giyim ve triko sektöründe teknoloji ve inovasyon eğilimleri değer zincirinin beş halkasında etkili ve belirleyici olacaktır.

Yönetim süreçlerinde teknoloji ve inovasyon; üreticiler, tedarikçiler ve markalar/perakendeciler arasındaki ilişkilerde ve her üç unsurun kendi içinde yönetim ve karar süreçleri daha çok teknoloji ve dijital tabanlı olacaktır. Elektronik kaynak planlama (ERP), elektronik bilgi-veri değişimi (EDI), entegre yönetim sistemleri, elektronik lojistik sistemleri, akıllı ve yalın üretim- stok-lojistik yönetimi ve benzeri yönetim araçları kullanılacaktır.

Ara girdilerde teknoloji ve inovasyon; teknik tekstiller dahil olmak üzere, kullanılan iplik, kumaş ve aksesuarlar, ürün geliştirme, inovasyon ve teknoloji tabanlı olacaktır. Teknik tekstiller, yüksek performanslı tekstiller, fonksiyonel tekstiller ile akıllı ve interaktif tekstiller artan oranda kullanılacaktır. Her alanda teknik tekstillerin kullanımı genişleyecektir. Diğer teknoloji alanları ile işbirliği içinde nano tekstiller gibi geliştirilen hibrid tekstiller daha çok kullanılacaktır. Dört mevsim kullanılabilen, geri dönüşümlü, daha hafif kumaşlar tercih edilecektir. Mevcut elyaflarının dışında daha hafif, sağlam, uzun ömürlü, fonksiyonel ve geri dönüşümlü elyaflar elde edebilmek için malzeme teknolojileri çalışmaları ile yeni malzemelerden elyaflar (karbon elyaf vb.) veya mevcut elyaflar ile karışımı elyaflar üretilmektedir.

Üretim teknolojileri ve inovasyon; Akıllı üretim süreçleri ile teknoloji tabanlı üretim daha çok kullanılacaktır. Robotik üretim halen öngörülmemektedir. 3D üç boyutlu üretim daha çok modacı ve tasarımcılar tarafından bireysel olarak kullanılacaktır. Tasarımların ve koleksiyonların üretim süreçlerine aktarılması tamamen dijital olacaktır. Dikişsiz, lazer, ozon vb. gibi üretim teknikleri daha çok kullanılacaktır.

Ürün teknolojileri ve inovasyon; Fonksiyonel, akıllı, geri dönüşümlü, dört mevsim kullanılabilir, hafif ürünler geliştirilecek ve daha çok talep edilecektir. Bu alandaki teknolojik ve inovatif gelişmeleri kumaş ve diğer girdiler alanındaki ilerlemeler destekleyecektir. Giyilebilir teknolojiler eğilimi yaygınlaşacaktır. Bunun için hazır giyim sektörü ile elektronik-elektrik-bilişim-yazılım dalları daha iç içe çalışacaktır.

Pazarlama ve satış alanında teknoloji ve inovasyon; teknolojik gelişmeler ile inovatif ilerlemeler en çok pazarlama, satış ve müşteri ilişkileri alanında hissedilecektir.

Pazarlama ve satış kanallarında fiziki mekanlar kadar dijital platformlar ve elektronik ortamda online erişim etkili olacak ve kullanılacaktır. Bu nedenle pazarlama ve satış kanalları önemli ölçüde çeşitlenecektir.

Akıllı telefonlar en önemli satış/erişim aracı, sosyal medya ise en önemli iletişim-pazarlama platformu haline gelmektedir. Sosyal medya temelli ve müşteri odaklı pazarlama öne çıkacaktır. Müşteriler kendi tasarımlarını veya çizimlerini online yapar-iletir ve üretim sürecine katılır hale gelecektir. Müşterilerin her türlü bilgisi çok önemli olacaktır. Müşterilerin bilgileri ile oluşturulan Big Data yönetimi öne çıkacaktır. Müşteriler ile yirmi dört saat dijital bağlantı içinde olunacaktır. RFID teknolojileri daha çok kullanılacaktır. Fiziki mağazalar da dijital mağazalar haline gelecektir. Üç boyutlu teknolojiler ile sanal mağazalar, sanal raflar, sanal gerçeklik-podyum gösterileri, sanal mankenler üç boyutlu vücut tarayıcıları, akıllı müşteri taramaları ve iletişim sistemleri kullanılacaktır.

10. Firmalar İçin Gelecek Beklentileri ve Öneriler

Triko sektöründe öngörülen eğilimler firmaların da yeni döneme ilişkin olarak yeniden yapılanmalarını, yeni yetkinlikler ile kapasiteler kazanmalarını zorunlu kılmaktadır.

Buna göre geleceğin triko firmaları öncelikle esnek yönetim becerilerine sahip olacaklardır. Daha hızlı-küçük parti-sık ve çok parti üretim ihtiyacını karşılamak için teknoloji tabanlı tedarik zinciri yönetimine geçilecektir. Nitelikli ve yetkin insan kaynakları (üretim bandı dışındakiler) genişleyecektir.

Küresel ölçekte uygun, yeterli, kaliteli kumaş tedarikini yapabilecek ticaret kapasiteleri olacaktır. Ürün geliştirme ve inovasyon süreçleri giderek tedarikçilere kaymaktadır. Bu nedenle markaların yanı sıra tedarikçi firmaların da tasarım yetenekleri ile inovasyon ve ürün geliştirme kapasiteleri artacaktır.

Firmalar rakipleri ile sürekli farklılık yaratacak perakende/moda markaları ve alt markalar çıkartacaktır. Sıfır stok yönetimi ve bunu sağlayacak üretim-lojistik süreçleri kurulacaktır. Sosyal standartlara uyum ayırt edici özellik ve üstünlük olacaktır.

Üretim yapılan fabrikalar da giderek daha teknoloji tabanlı hale gelecektir. Fabrikalarda kesintisiz, hızlı, esnek, yalın, şeffaf, etkin ve işbirlikleri içinde bir üretim yapısı olacaktır. Ürün geliştirme kapasitesi artacak ve inovatif ve tasarım temelli daha çok ürün geliştirilecektir. Fabrikalarda her aşamada akıllı, dijital ve teknoloji temelli süreçler olacaktır. Bunlar için yalın organizasyonlar kurulacak, işbirliği temelli tedarik ağları oluşturulacak ve yeni ürün geliştirme süreçleri kesintisiz çalışacaktır.

11. Türkiye’de Triko Sanayi İçin Önemli İhtiyaçlar ve Öneriler

Türkiye’de triko sanayi için diğer önemli ihtiyaçlar ve öneriler aşağıda sunulmaktadır;

- a.** Türkiye’de yeterli ve kaliteli trikotaj ipliği üretim kapasitesinin korunması ve geliştirilmesi,
- b.** Mevcut nitelikli işgücünün korunması, yeni nitelikli işgücü yetiştirilmesi,
- c.** İşgücü ücretleri üzerindeki kamu maliyet yükünün azaltılması,
- d.** Kayıt dışının ve haksız rekabet yaratan diğer üretim yöntemlerinin engellenmesi,
- e.** Esnek istihdam uygulamalarına olanak sağlanması,
- f.** İşe alınan yeni çalışanlar için uygulanan istihdam desteklerinin süresinin uzatılması,
- g.** İthalatta uygulanan korunma önlemlerinin sürdürülmesi,
- h.** ABD pazarı gibi büyük ölçekli alım yapılan pazarlar için sektörde işbirlikleri modelleri geliştirilmesi, yerli alım ofisi firmaları kurulması.



İSTANBUL SANAYİ ODASI

Odakule, Meşrutiyet Cad. No:63
34430 Beyoğlu/İSTANBUL
Telefon: (0212) 252 29 00 (Pbx)
Faks: (0212) 249 50 84 - 293 43 98
E-Posta: info@iso.org.tr

ISBN: 978-605-137-716-2 (Basılı)
ISBN: 978-605-137-717-9 (Elektronik)



[facebook.com/istanbulsanayiodasi](https://facebook.com/istanbul-sanayiodasi)



twitter.com/ist_sanayiodasi



[instagram.com/istanbulsanayiodasi](https://instagram.com/istanbul-sanayiodasi)



[youtube.com/istanbulsanayiodasi](https://youtube.com/istanbul-sanayiodasi)



[linkedin.com/company/istanbulsanayiodasi](https://linkedin.com/company/istanbul-sanayiodasi)