

2005 Sonrasında Türk Tekstil & Hazır Giyim Sektörü Rekabet Gücünü Nasıl Koruyacak? (I)

Biol EFE

1. Giriş

Tekstil ve hazır giyim sektörü, yarattığı katma değer ve ihracat gelirleri sayesinde ülkelerin ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sağlayan sektörlerin başında gelmektedir.

Sanayi devriminden bu yana başta İngiltere olmak üzere, pek çok sanayileşmiş ülkenin kalkınma sürecinde tekstil ve hazır giyim önemli bir basamak oluşturduğu görülmektedir.



Bununla birlikte, ekonomik kalkınmanın ileri aşamalarına geçmiş ülkelerde tekstil ve hazır giyim sektörünün imalat sanayi içindeki payı azalırken, gelişmekte olan ülkelerde arttığı da bir vakıa olarak karşımızda durmaktadır.

Bu olguya karşın, sanayileşmiş ülkeler tekstil ve hazır giyimi tamamen geliştirmekte olan ülkelere de terk etmiş değillerdir. Örneğin; İtalya; teknoloji, verimlilik, teslimat, koleksiyon başarısı gibi pek çok rekabet kriterlerini eş zamanlı olarak gerçekleştirerek bu alandaki başarısını her geçen gün daha da perçinlemektedir.

2. Sınırlı Rekabette Tam Rekabete Doğru...

Tekstil ve hazır giyim sektörü, tarım sektörü gibi, özellikle gelişmiş ve geliştirmekte olan ülkeler arasında her zaman yoğun tartışmalara sahne olmuştur.

Çünkü, emek-yoğun bir sanayi olan tekstil ve hazır giyim sektöründe, geliştirmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelere göre emek maliyetlerinin düşük olması nedeniyle karşılaştırmalı bir üstünlüğe sahiptir.

Geliştirmekte olan ülkeler bu üstünlüklerini kalkınmaları için kullanmak isterken, gelişmiş ülkeler de kullandıkları kotalar için başka alanlarda taviz istemişlerdir.

1960'lı yılların başından itibaren tekstil ve hazır giyim ticaretinde ithalat kotaları yoğun olarak kullanılmıştır.



1974-1994 arasındaki 30 yıllık dönemde ise Çoklu Elyaf Anlaşması (Multifibre Arrangement) ikili anlaşmaların ve tek taraflı ithalat kotalarının genel çerçevesini oluşturdu.

Ancak, 1 Ocak 1995 yılında yürürlüğe giren, kotaların 4 aşamada kaldırılmasını öngören *Tekstil ve Hazırgiyim Anlaşması* (ATC)'nin öngördüğü 10 yıllık süre 31 Aralık 2004 tarihinde sona ermiştir.

Böylece, kotaların kalktığı yeni bir rekabet ortamı ortaya çıkmaktadır.

Bu yeni rekabet ortamı, tekstil ve hazır giyim sektörünün üretim ve ihracat yapısında radikal değişikliklere neden olacaktır.

1 Ocak 2005'ten itibaren kotalar kalkmış ve yerini gümrük tarifelerine bırakmıştır. Orta ve uzun vadede;

F Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya gibi büyük pazarlarda rekabet yoğunlaşacak ve zaten gerileme trendinde olan **ihracat fiyatları** daha da düşecektir.

F Uluslararası ticarete gümrük tarifeleri, miktar kısıtlamalarına göre daha adildir. Bu nedenle, uygulanan gümrük vergisi ödenebildiği sürece tekstil ve hazır giyim ihracatçıları için **yeni pazar alanları** doğacaktır. Örneğin; Çin ve Japonya gibi.

F Ekonomilerinde tekstil ve hazır giyim önemli yer tuttuğu gelişmekte olan ülkeler arasındaki rekabet artacaktır. Bu nedenle, yeni ortama uyum sağlayamayan tedarikçilerin zaman içinde **mevcut pazarlarını kaybetme tehlikesi** gündeme gelebilecektir. Örneğin, AB'ne gümrüksüz ihracat yapan Türk firmaları 2005 yılından itibaren bu pazarda Çin mallarının rekabetiyle karşılaşmışlardır.

Nitekim, Dünya Ticaret Örgütü tarafından yaptırılan bir araştırmada;

WORLD TRADE
ORGANIZATION



- o Halihazırda AB pazarında %13 payı olan Türk tekstilinin entegrasyon süreci içinde %12 oranına gerileyeceği tahmin edilmektedir. Buna karşılık Çin'in payının %10'dan %12'ye; Hindistan'ın payının ise %9'dan %11'e çıkacağı tahmin ediliyor.
- o ABD pazarında zaten Türkiye'nin kayda değer bir payı bulunmuyor. Ancak Çin'in payının %11'den %18'e çıkacağı hesaplanıyor. Çin karşısında pazar payı kaybedenler ise AB,



Meksika ve diğer ülkeler olarak sıralanmış. Doğal olarak Türkiye de bu grup içinde yer alıyor.

Raporun Türk hazır giyim ve hazır giyim sektörü açısından sonuçları ise şu şekilde özetlenebilir;

- o Halihazırda AB ithalatı içinde % 9 olan Türkiye'nin pazar payı kotalar kalktıktan sonra %6'ya gerileyecektir. Buna karşılık Çin payını %18'den %29'a, Hindistan ise %6'dan %9'a çıkartıyor. ABD pazarı için varılan sonuçlar ise daha çarpıcı: Çin ve Hindistan pazar paylarını sıra ile, %16'dan %50'ye ve %4'ten %15'e çıkartıyorlar. Türkiye'nin de arasında bulunduğu diğer ülkelerin pazar payının ise %24'ten %10'a gerileyeceği tahmin ediliyor.

Ancak, raporun öngördüğü sonuçların hemen bir yıl gibi kısa bir sürede ortaya çıkması beklenmemesi gerektiğini düşünüyoruz. Bugünden geleceğin tam olarak bilinmesi mümkün değilse de, rapor, Türk tekstil ve hazır giyim firmalarının yaşayacağı rekabetin şiddetini göstermesi açısından önemlidir.

F Kotaların kalkmasıyla birlikte, **anti-damping soruşturmaları** ithalatçı ve ihracatçı ülkelerin yeni tartışma gündemini oluşturacaktır. Bunun yanında, halihazırda uluslararası ticarete pek çok sanayi ürünüde rastlandığı üzere, ithalatçı ülkelerin tarife-dışı engellere (örneğin; etiketleme, çevre standartları, çocuk işçi çalıştırılıp çalıştırılmaması vb.) başvurması sözkonusu olabilecektir. Böyle bir durum, uluslararası tekstil ve hazır giyim ticaret hacmini daraltıcı yönde etki yapabilecektir.

Yukarıda sayılan riskler günümüzde kotaya tabi olmayan pek çok sanayi ürünü için de geçerlidir.

Bu nedenle, kotaların kalkması uluslararası ticaretin daha serbest bir ortamda yapılmasını sağlayacak ve önceki duruma göre **ticaret yaratıcı etkisi, ticaret saptırıcı** etkisinden daha fazla olabilecektir.

3. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticaretinde Yeni Oluşumlar

Kotalar kalktığı için artık yeni bir "Tekstil Dünya Düzeni"nin de oluşma süreci başlamıştır. Yeni düzende; tekstil ve hazır giyim sektörünün insanların gelecekteki "yaşam felsefesini" ve "alışverişe yansıyan davranışlarını" yakın takibe alması gerekecektir.



- F** İnsanlar satın-alma davranışlarında, bir "olay" bir "heyecan" arayacaklar ve kişisel yaşam zevklerini tatmin etmek isteyeceklerdir. Bu istek doğrultusunda satıcı tarafından "şımartılmak" isteyecek; sistematik olarak daha fazla "hizmet" beklentisine girecekler.
- F** Pazarlardaki büyük miktar ürün arzı ve damping fiyat seli, insanları mutlu etmeye yetmeyecek mutluluğu pazarlardaki heyecan uyandıracak "yeniliklerde" arayacaklardır.
- F** Geleceğin insanı, hızlı yaşam akımına kendini kaptırmak isteyeceğinden, hayatını kolaylaştırma, pratikleştirme davranışına girecektir. Bu anlamda, alışverişi fazla zaman ayırmak istemeyecek, özetle "alımı" heyecanlı kılacak ve kolaylaştıracak yeniliklere, pratik hizmetlere ve sıcak ilgiye rağbet edecektir.
- F** Pazarlarda, düşük fiyatlı ürün seline rağmen, insanlar, kaliteyi ve kalite garantisini isteyeceklerdir.
- F** Perakendecilikte yeni gelişmeler, yeni modeller ve teknikler oluşacaktır. İnsanların ihtiyacı sınırlı olduğuna göre, gelecekte insanların "iştahlarını" kabartıcı modeller, koleksiyonlar ve sistemler geliştirilecek ve satın-alım cazip düzeyde tutulmaya çalışılacaktır.
- F** Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti gelecekte daha da hızlanacaktır. Her kim trendi daha önce yakalayabilir, ürününü pazara/vitrinlere daha erken sürebilir, sunacağı "sıcak hizmet'le" müşterileri ile "dirsek teması" sağlayabilir ise, o kazanacak ve fiyat avantajı elde edecektir.
- F** Ticarete çark daha hızlı dönecek. Ticaret ve Sanayi içice, senkronize ve esnek olmak durumunda kalacak. Ayrıca, moda firması, modayı süratle vitrine yansıtmak için üretime "yakın mesafede" olmak hammadde temininden başlayarak, koleksiyon & ürün üretimini+sevkiyat ve lojistik+fiyatlandırma ve vitrinlerde sergilenmeye kadar tüm halkaları "mutlak bir uyum ve kontrol" altında tutmak zorunda kalacaktır.
- F** Özellikle, Batı pazarlarında "sosyal etik duygular" yoğunlaşmaktadır. Gelecekte daha da yoğunlaşması beklenen bu akım nedeniyle, "insan ve çocuk haklarına" saygı göstermeyen üretici ülkeler, bu pazarlarda "kara liste'ye" alınabilecek ve uluslararası "etik kurallarına" uymayanların ürünleri "boykot" edilerek cezalandırılması söz konusu olacaktır.
- F** Moda, küresel ticarete dönüşmüş durumda, bu trend gelecekte de devam edecek gibi görünüyor. Küresel Ticaretin gelişmesinde, bir "Küresel Giyim endüstrisinin" doğmakta olduğu izleniyor. Şirketler birleşiyor, devleşiyorlar. Gelecekte, büyük ölçekli hazır giyim şirketleri daha da büyüyecek. Küçük ve orta ölçekli şirketler ise "birleşme" yollarını arayacaklar.

F Sanıldığı gibi, gelişmiş ülkeler hazır giyim sektöründen çekilmeyecekler. Modanın ve yaratıcılığın kaynağı olarak büyümeye devam edeceklerdir. Teknik tekstil, lüks ve kreatif kumaş sanayine yatırım yapmaya devam eden İtalya, Fransa, Almanya'da olduğu gibi.

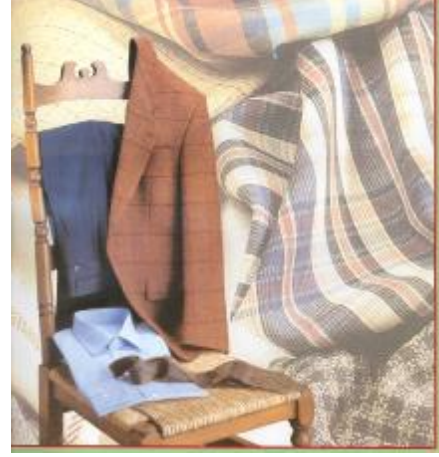
4. Sektörün Panaroması

Ülkemiz;

F Dünyanın 6. pamuk üreticisi ve 5. pamuk tüketicisi,

F Hazırgiyim sektörü, dünyanın 5. ve Avrupa Birliği'nin 2. büyük tedarikçisi,

F Tekstil sektörü, dünyanın 10. ve Avrupa Birliği'nin 1. büyük tedarikçisi



konumundadır.

Ülkemizde, tekstil ve hazırgiyim sektörünün 21,5 milyar \$'lık üretim değeri ile GSMH içindeki payı yüzde 10,7 düzeyindedir.

Sektörün SSK'ya kayıtlı toplam istihdamdaki payı yüzde 10,9'dur.

Ürettiğinin yaklaşık yarısını ihraç eden sektörün; genel ihracattaki payı yüzde 28 ve genel ithalattaki payı yüzde 4,9'dur.

Hazırgiyim sanayinin yüzde 80'i KOBİ'lerden oluşmakta ve büyük bölümü fason imalat yapmaktadır.

Tekstil sanayi ise ağırlıklı olarak büyük firmalardan oluşur ve sermaye yoğunudur.



Sektörde faaliyet gösteren firma sayısı 40 bin civarında olup, bunun ¼'ü aktif ihracatçıdır.

500 büyük sanayi kuruluşunun yaklaşık ¼'ü tekstil ve hazırgiyim sektöründe faaliyet göstermektedir.



5. Dış Ticaret

Dış Ticaret Müsteşarlığı verilerine göre, 1980 yılında 778 milyon \$ tekstil ve hazır giyim ihracatı yapılırken, 2004 yılında bu değer yüzde 2.149 artarak 17,5 milyar \$'a çıkmıştır.

Türkiye'nin yıllar itibariyle ihracatı içinde tekstil ve hazır giyim payları incelendiğinde; 1980 yılında tekstil ve hazır giyim toplam payının 1980 yılında yüzde 26.7 olduğu ve 1998 yılında bu oranın yüzde 39,4'e kadar yükseldiği görülmektedir.

Ancak, 1998 yılından itibaren düşüş trendine girmiş ve 2004 yılı itibariyle yüzde 28'e gerilemiştir.

Yalnız burada mutlak anlamda tekstil ve hazır giyim ihracatının azalmadığı, paydaki azalmanın diğer ihracat kalemlerinin daha hızlı artışından kaynaklandığını belirtmekte fayda vardır.

Tablo 1: Türkiye'nin Tekstil ve Hazır giyim İhracatının Genel İhracat İçindeki Yeri

	Tekstil (1)	(1)/(4) % Pay	Hazır Giyim (2)	(2)/(4) % Pay	Tekstil + Hazır Giyim (3)	(3)/(4) % Pay	Genel İhracat (4)
1996	2.724	11,7	6.076	26,2	8.800	37,9	23.224
1997	3.352	12,8	6.697	25,5	10.049	38,3	26.261
1998	3.557	13,2	7.074	26,2	10.631	39,4	26.974
1999	3.478	13,1	6.516	24,5	9.994	37,6	26.587
2000	3.706	13,3	6.586	23,7	10.292	37,1	27.775
2001	3.943	12,6	6.661	21,3	10.604	33,8	31.334
2002	4.268	11,8	8.094	22,4	12.362	34,3	36.059
2003	5.262	11,1	9.962	21,1	15.223	32,2	47.253
2004	6.407	10,2	11.166	17,8	17.573	28,0	62.774

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı İstatistikleri, 2004.

Ülkemizin tekstil ve hazır giyim ithalatının toplam ithalat içindeki payı yüzde 5-6 gibi düşük bir düzeyde seyretmektedir. 1996 yılında 2,2 milyar \$ düzeyinde bulunan ithalatın, 2004 yılı itibariyle 4,8 milyar \$ düzeyine yükseldiği görülmektedir.

**Tablo 2: Türkiye'nin Tekstil ve Hazır giyim İthalatının Genel İthalat İçindeki Yeri**

	Tekstil (1)	(1)/(4) % Pay	Hazır Giyim (2)	(2)/(4) % Pay	Tekstil+ Hazır Giyim (3)	(3)/(4) % Pay	Genel İthalat (4)
1996	2.111	4,8	171	0,4	2.282	5,2	43.627
1997	2.324	4,8	233	0,5	2.557	5,3	48.559
1998	2.317	5,0	243	0,5	2.560	5,6	45.921
1999	1.907	4,7	208	0,5	2.115	5,2	40.671
2000	2.136	3,9	264	0,5	2.400	4,4	54.503
2001	1.921	4,6	239	0,6	2.160	5,2	41.399
2002	2.844	5,5	283	0,5	3.128	6,1	51.554
2003	3.441	5,0	422	0,6	3.863	5,6	69.340
2004	4.155	4,3	651	0,7	4.806	4,9	97.161

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı İstatistikleri, 2004.

Tekstil ve hazır giyim ihracatının ithalatı karşılama oranı değerlendirildiğinde; ihracatın ithalatın 3-4 katı düzeyinde olduğunu, diğer bir ifade ile tekstil ve hazır giyim sektöründe net bir ihracat fazlamızın olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 3: Tekstil ve Hazır giyim Sektöründe İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

	Tekstil ve Hazır giyimde İhracat/İthalat (%)	Genel İhracat/İthalat (%)
1996	386	53
1997	393	54
1998	415	59
1999	472	65
2000	429	51
2001	491	76
2002	395	70
2003	394	68
2004	366	65

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı İstatistikleri, 2004.

Türkiye'de genel ihracatın ithalatı karşılama oranının yüzde 50-75 arasında değiştiği dikkate alınrsa, tekstil ve hazır giyim sektörünün Türkiye'nin dış ticaretine nasıl bir katkı yaptığı daha iyi anlaşılacaktır.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)'in kaydi verilerine göre; tekstil sektörü 2005 yılının ilk 2 ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,5 artarak 727 milyon \$, hazır giyim sektörü ise yüzde 8,9 artarak 2,2 milyar \$'a ulaşmıştır.

Her iki sektörün toplam ihracatı ise 2,9 milyar \$'ı bulurken, bu rakam genel ihracatın ise yüzde 27,7'sine karşılık gelmektedir.

Aslında Ocak ayında gerek tekstil ve gerekse hazır giyim sektörü ihracatında geçen yılın aynı dönemine göre düşüş yaşanmış ve hatta yıllık hedeflerin yakalanması hususunda bazı tereddütler dile getirilmişti.

Bununla birlikte açıklanan Şubat ayı ihracat rakamları 72 milyar \$'lık yıllık ihracat rakamının yakalanabileceğine işaret etmektedir.

6. Sektörde Türkiye'nin Rekabet Gücü

Gelişmiş ülkelerde üretimin, fiyat/maliyet rekabeti nedeniyle özellikle 2005 yılından itibaren hızlanarak gerilemesi ve üretimlerinin gelişmekte olan ülkelere kaydırılması beklenmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin ise, üretimlerini küresel tüketim artışı nedeniyle biraz daha artacağı öngörülmektedir.

Ülke olarak, kotaların kalktığı ve rekabetin arttığı bir ortamda avantajlarımız olduğu düşünülmektedir.

Türkiye;

- F** Esnek üretim yapısına,
- F** İyi yetişmiş insan gücüne ve
- F** Hedef pazarlara yakın bir coğrafi konuma sahiptir.

İşte bu avantajlar toplamda iyi bir yerde olduğumuzun göstergesi.

Ancak, girdi maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle fiyatlar dünyadaki rakiplere göre yüksek seyretmektedir.

Enerji fiyatları, vergi, sosyal güvenlik primlerinin yüksek olması, rekabetçi fiyat verilememesi açısından Türkiye'nin dezavantajlarını oluşturmaktadır.

Örneğin; OECD ortalamasının yüzde 18 olduğu bir ortamda Türkiye'de işçilik üzerindeki kamusal yük yüzde 41'e kadar çıkmaktadır.



Tablo 4: Yıllar İtibariyle Asgari Ücret (2001-2005)

YIL	Giydirilmiş Asg. Ücret (işverene maliyeti) (TL)	Net Asgari Ücret (TL)	İstihdam Vergilerinin Payı (%)	Giydirilmiş Asg. Ücret (\$)	Net Asgari Ücret (\$)
2001	204.046.000	122.186.520	40,12	165,71	99,23
2002	304.813.125	184.251.937	39,55	201,45	121,77
2003	371.790.000	225.999.000	39,21	247,82	150,64
2004	539.642.250	318.233.475	41,03	377,58	245,00
2005	593.770.500	350.153.000	41,03	442,22	260,78

Kaynak: İTKİB, Hedef, 15 Şubat-15 Mart 2005, s. 42.

Sektör temsilcileri Hükümet'ten "tekstil ve hazır giyim sektörlerinin hassas sektör olarak kabul edilmesini ve geliri 1.500 \$'ın altında kalan 36 ile uygulanan istihdam desteklerinden (SSK İşveren Payı, çalışanın geliri üzerinden alınan gelir vergisi payı) bir yıl süre ile tüm sektörün yararlandırılmasını talep etmişlerdir.

Enerji maliyeti ise sektördeki önemli üreticilerden Meksika'da 5 cent ödenirken, Türkiye'de bu rakam 9 cent düzeyinde seyretmektedir.

Reel kur endeksi de 2004 yılı itibariyle Türk Lirası'nın yüzde 30 düzeyinde fazla değerlendiğini göstermektedir. Bu durum ihracatçıları zor durumda bırakmaktadır.

Ancak, zorluğu en fazla hissedenler TL'sinin Dolar karşısında değer kazanmasından dolayı ABD pazarına çalışan ve yerli girdiyi yüksek oranlarda kullanan ihracatçıları olmaktadır.

Bununla birlikte, ürünlerini Euro ile Avrupa Birliği pazarlarına satan ihracatçıları Euro/Dolar paritesinden faydalanmakta ve ABD pazarına mal satan ihracatçıları kadar döviz kurlarındaki düşüşten etkilenmemektedir.