

İTKİB HEDEF 212

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

15 AĞUSTOS - 15 EYLÜL 2011

EK:
ETİKET
ÖZEL SAYISI

**İTHALATTA
KORUNMA ÖNLEMLERİ
NE GETİRECEK?**

**İSTANBUL'UN DÖRT YANI
TASARIM MEKANI**

**2023 İHRACATININ
EYLEM PLANI ÇIKARILDI**

**KIDEM TAZMİNATINDA
AKLIN YOLU BİR**

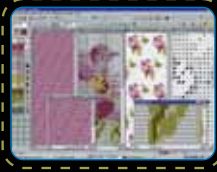
ASTAŞ JUKI

Teknoloji ve Çözümler Dünyası



Kesimhane Teknolojileri

Modayı bizimle yönlendirin!



DDL-9000B

Direct Drive Yüksek Devirli
Elektronik Düz Dikiş Makinası



ASSYST CAD SİSTEMİ

Bilgisayar Destekli Kalıp Yaratma,
Serilendirme, Pastal Planı Hazırlama Sistemleri



PROCUT XL 7501

Yüksek Katlı Kesim Makinası (Cutter)



astasjuki@astasjuki.net | www.astasjuki.net

ASTAŞ JUKI

ASTAŞ ENDÜSTRİ TEKSTİL MAKİNALARI SAN. ve TİC. A.Ş.
ASTAŞ PLAZA Koçman Cad. No: 57 34600 Güneşli / İstanbul
Tel: (0212) 630 89 00 Faks: (0212) 630 89 29

Ege'nin nitelikli işgücünü, gelişmiş teknik alt yapısını, bilgi birikimini, hızlı ve esnek üretim yapısını, rekabet avantajlarını paylaşmak ve yeni çözüm ortaklıkları oluşturmak üzere; bay, bayan, çocuk ve bebek giyim sektörlerinde faaliyet gösteren üyelerinin katılımıyla gerçekleştireceğimiz

yeni ufuklar, *fırsatlar!*

toplantısında, konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren, satınalma ofislerinin ve mümessil firmaların temsilcileri ile birlikte olmaktan mutluluk duyacağız.

**Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon
İhracatçıları Birliği**

29 Eylül 2011 Perşembe günü 09:00 – 18:00 saatleri arasında Ceylan Intercontinental İstanbul Oteli Dolmabahçe Salonu'nda gerçekleştirilecek etkinliğimize katılım için; Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Fuarlar ve Tanıtım Şubesi **Tel: 0232 488 60 00**, **Faks: 0232 488 61 00**, E-Posta: fuarl@egibirlik.org.tr adresine başvurmanızı rica ederiz.


**Ege İhracatçı
Birlikleri**

SAHİBİ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri adına Selçuk GÖKART

DANIŞMA KURULU

Hikmet TANRIVERDİ, İsmail GÜLLE, Lemi TOLUNAY, İbrahim YILMAZ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Biröl SEZER

YAYIN KURULU

Sabri Sami YILMAZ, Selahattin SARI, Nilgün ÖZDEMİR, Jale TUNÇEL, İsmail KOLUNSAĞ, Okyay MIZRAK, Şahin DOĞAN, İdris AKDOĞAN, Elsane TURAN, Özcan SÜMER, Sultan TEPE, Ömer ÖZPEHLİVAN, Derya YARANGÜMELİ, Riva PINTO, Ferzat ERDEBİL, Arzu Odabaşı SARI, Hüseyin ÇETİN, Ali Cafer ÇELİK, Yücel ELİBOL, Zali MISIRLIOĞLU, Uğur UYSAL, Bülent ÖZOZAN, Hazım EVRENGİL

YAZI KURULU

Selçuk GÖKART, Cemal BAYAZIT, Esin USTA, Hüsnüye GÖKART

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. Dış Ticaret Kompleksi 34530 Yenibosna-İstanbul TEL: [212] 4540200 FAKS: [212] 4540415 WEB: www.itkib.org.tr e-mail: info@itkib.org.tr

YAPIM

KÜÇÜK MUCİZELER

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

YAYIN DİREKTÖRÜ

Tolga TOPÇU tolgatopcu@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

Erkan ERSÖZ erkanersoz@kucukmucizeler.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MD.

Hüsne PAMUK husnepamuk@kucukmucizeler.com

EDİTÖR

Ceyda GÜVEN ceydaguven@kucukmucizeler.com

Bahtiyar ORHAN

bahtiyar@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAFLAR

İFA - www.ifatolye.com

PAZARLAMA İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

Özgür SEYHAN ozgurseyhan@kucukmucizeler.com

BASKI CİLT

Matsis Matbaa Hizmetleri Ltd. Şti.

Tevfik Bey Mah. Doktor Ali Demir Cad. No: 51 Sefaköy-İstanbul TEL: [212] 624 21 11

DAĞITIM

Tele Kurye

Hedef Dergisi İTKİB üyelerine ücretsiz olarak dağıtılır. Hedef Dergisi adı kullanılarak alıntı yapılması yazılı izne tabidir. Gönderilen yazı ve fotoğraflar iade edilmez. Yayımlanan makalelerdeki görüşler yazarına aittir.

Hedef Dergisi İTKİB adına Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. tarafından yayına hazırlanmaktadır.

İLETİŞİM

Şehit Ertuğrul Kabataş Cad. Bozkır İş Merkezi No:12 Kat:2 D:6 Mecidiyeköy İstanbul [0212] 211 68 53 - 73

14 **İTKİB**
İHKİB'den Ankara'ya nezaket ziyareti

16 **İTKİB**
İTHİB Yönetim Kurulu Ankara'da

18 **FUAR**
cp'i'dan Moskova çıkarması

20 **FUAR**
Ev tekstil sektörü için iki önemli randevu

24 **GÜNDEM**
Tekstildciler ikinci defa 'Ortak Akıl'da buluştu

28 **GÜNDEM**
Demeklerin iftar sofrası dayanışmaya kuruldu



30 **MAKALE**
Ali Ağaoğlu

32 **MAKRO**
Hasta adam Avrupa

36 **BRÜKSEL MEKTUBU**
Haluk Özelçi

38 **GÜNDEM**
Kıdem tazminatında aklın yolu bir

44 **GÜNDEM**
İthalatta korunma önlemleri sektöre nasıl yansiyacak?

50 **TASARIM**
İstanbul Tasarım Haritası

54 **İHRACAT**
İhracatçı 2023'ün eylem planını çıkardı

60 **SEKTÖR**
Triko sektörü gelecekte umutlu

64 **FİNANS**
Kredi alırken en sık yapılan 5 hata

66 **PAZAR**
Ortadoğu, Türkiye için her mevsim bahar

70 **VERGİ**
Vergi denetiminde yeni bir sayfa açıldı



74 **MAKALE**
Doğan Erdem

76 **SEKTÖR**
Pamuk ipliği düğüm oldu

78 **GÜNDEM**
Siz yatırım yapın devlet desteklesin

82 **SEKTÖR**
Türkiye el örgü ipliğinde dünyayı domine ediyor

84 **SEKTÖR**
Hem numarası hem fiyatı büyük

Tüm dünyada
tek karteladan ortak
renk servisi

Verimlilik artırma
ve dikiş çözümleri
destek programları

Çalışan hakları
ve sağlığına
üstün duyarlılık

Sonsuz sayıda
özel renk
reçetesi

6 kıtada, 67 ülkede,
73 üretim tesisinden
global standartlarda
ürün kalitesi

Dikiş ipliğinde
sınırsız ürün
çeşitliliği

Güçlü
satış
ekibi

Uzman
teknik destek

Global hizmet,
güvenilir
tedarik zinciri

Çevre koruma ve
kaynak tasarrufu
bilinci ile üretim

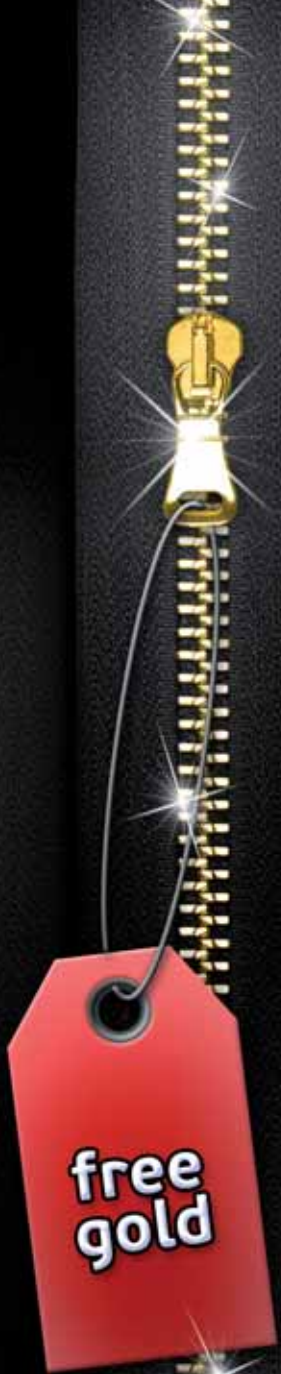
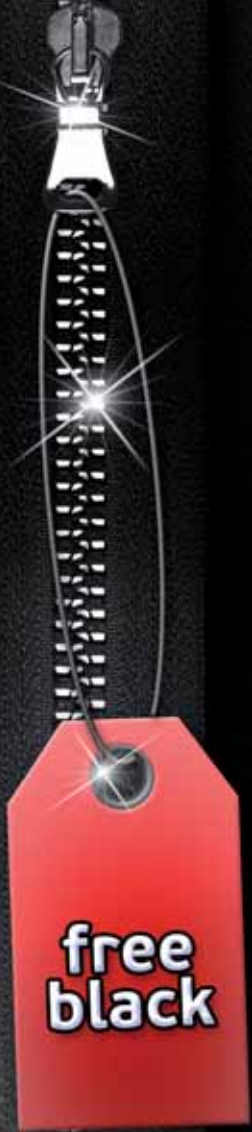
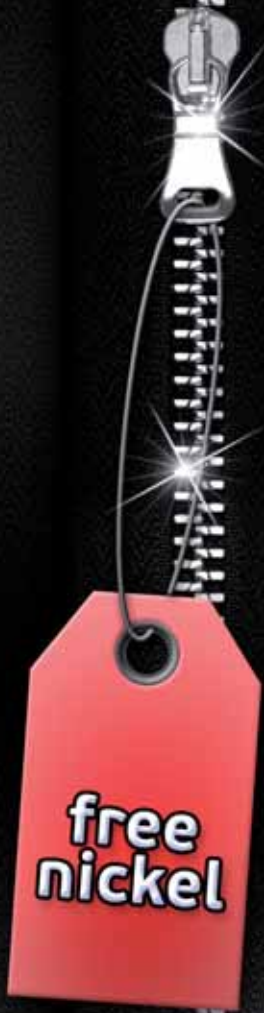
Her iplik cinsinde
en kısa üretim
terminleri

250 Yıllık Deneyimin Gücü



Size Yakıdır...





ZIPEX®



*free gold - free black
free nickel
zippers*

ZIPEX Free Group fermuarlar kimyasında nikel ihtiva etmeyerek ekolojik standart değerlere uygunluk gösterir. Ürünlerinizde ZIPEX Free Group fermuarları tercih ederek doğaya olan sorumluluk bilinciniz ile yaşamınıza ve geleceğinize değer katmış olacaksınız.

www.zipex.com.tr info@zipex.com.tr

+90 212 547 10 99

Mavi, Avrupa'da büyümeye devam ediyor

Avrupa pazarında büyümeye devam eden Mavi, 6-8 Temmuz tarihleri arasında, Berlin Bread&Butter fuarında 2012 İlkbahar-Yaz koleksiyonunu sundu. Bu fuara ilk kabul edilen ve 8 yıldır aralıksız olarak katılan tek Türk markası olan Mavi'nin, "Denim Hall" bölümünde yer alan ve geçen yıla göre iki kat büyüyen Denim Kitchen konseptli standı ile yeni koleksiyonu oldukça beğeni topladı. Mavi standında Berlin'den Anton Unai, Superblast ve Linda Ehl adlı sanatçıların yönetiminde gerçekleşen Denim Kitchen atölyesiyle, ziyaretçiler de yaratıcılıklarını ifade etme, birbirinden güzel jean ve tişörtler tasarlama şansı buldu.



LYCRA® beauty kumaşı Mode City Fuarı'ndaydı

Entegre elyaf ve polimer üreticileri arasında yer alan INVISTA, 9-11 Temmuz 2011 tarihleri arasında şekil verme özelliği olan "LYCRA® beauty kumaşı" sertifika programını Paris'te düzenlenen Mode City Fuarı'nda mayo sektörüne tanıttı. Dört kıtadaki INVISTA müşterilerinin LYCRA® beauty kumaşı kullanarak tasarladıkları mayoların, Mode City Fuarı'ndaki 1/M64 - N75 numaralı INVISTA standında sergilendiği etkinlikte, bu kumaşı taşıyan mayolar da ilk olarak burada sergilenmiş oldu.



Astaş, Alman Veit Grup ile güçlerini birleştirdi

Öncelikle Juki sanayi tipi dikiş makinaları olmak üzere kendi alanında lider 28 markanın mümesilliğini yapan Astaş, son yıllarda dış giyim ile ilgili ataklarda bulundu. Sanayi tipi ütü presleri konusunda dünyanın önde gelen markalarından biri olan Veit, Kannegiesser ve Brisay'ın Türkiye mümesilliğini aldı. Astaş Juki'nin Yönetim Kurulu Üyesi Turgay Aşçı, Astaş olarak müşterilerine sundukları bay/bayan takım elbise, gömlek, etek ve penye üretimi için makine ve otomatların yanı sıra Veit Brisay ile de bu üretimlerde gereken tüm ara ve son ütüleme işlemleri için gerekli ekipmanları sunduklarını belirtiyor.

Kolay bir düğün alışverişi için...

En özel anların yaşandığı zamanlardan birdir düğün günü... Bugün öncesinde her şeyin kusursuz olması için, uzun zaman önce hazırlıklar yapılsa da her zaman eksik kalan bir şeyler vardır. Alışveriş kulübü markafoni, bu duruma alternatif bir çözüm sunuyor. Hazırlıklarını tamamlayamayanlar için kolaylık yaratan kulüp, düğün alışveriş listelerinin vazgeçilmezlerinden olan nevrresimden iç çamaşırına, şık beyaz ayakkabıdan özel takıya kadar birçok ürünü bilgisayarın başından kalkmadan kolaylıkla almanızı sağlıyor.



Nakkaş Halı'dan "Sultani" koleksiyonu



Nakkaş Halı, saf ipekten dokunan "Sultani" koleksiyonu ile halı tutkunlarına yeni alternatifler sunuyor. Koleksiyonda yer alan yedi yıllık bir hazırlığın ardından sınırlı sayıda sunulan 17 farklı modelde, ipeğin yumuşak ve narin dokusu, Anadolu ve Osmanlı desenleri ile birleşiyor. 2-6 metrekare ebatlarındaki Sultani modelleri arasında "Osmanlı Güneşi" isimli model, özellikle Amerika ve Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin dikkatini çekiyor.

“PENYE ÜRETİMİNDE YAĞ LEKESİNE SON”



% 100 JAPON
Yüksek Kaliteli
Reçme Dikiş Makinesi

YAMATO
VGS 3721

ELEKTRONİK
ÜST TRANSPORTLU
REGULALI
REÇME MAKİNASI

brother **Yamato**

“SİZLERE YAĞ LEKESİZ TEMİZ DİKİŞ VE YÜKSEK VERİMLİLİĞİ BİR ARADA SUNUYOR”



YENİ

BROTHER
S-7200C-433

ELEKTRONİK DIRECT DRİVE
YARIM YAĞLAMALI DÜZ DİKİŞ MAKİNESİ



YENİ

YAMATO
AZ-7000SD

YÜKSEK DEVİR MİKRO YAĞLAMALI
OVERLOK MAKİNESİ

Merkez Mahallesi Aytaç Mevkii Basın Ekspres Yolu No: 5/6 Uğur Plaza 34303
Halkalı / İstanbul uguras@brothertr.com www.brothertr.com

0212 495 00 00

Türkiye Distribütörü
UĞUR
M A K İ N A

YKK'ya imtiyazlı koruma

Fermuar sektörünün önde gelen ismi YKK markasının "tanınmış" marka statüsü, Ankara Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi tarafından bir kez daha hüküm altına aldı. 2000 yılında YKK ismini kullanarak giyim eşyası üzerine kullanılmak üzere kurulan şirketin, mahkeme önünde markaları iptal edildi. YKK markasının değişik mallar için tescilinin haksız ve hükümsüz olduğu karar altına alınarak, söz konusu şirketin sicilinden terki emredildi. Böylelikle 1965'ten beri Türkiye pazarında satışta olan YKK ürünlerinin, kendi yatırımı olan fabrikası ve satış hizmetlerinin mahkemece "imtiyazlı" korumadan yararlanılmasına karar verildi.



Ütü istemeyen zarafet

Gün geçtikçe önem kazanan dekorasyon, işyerlerinden evlere kadar birçok alanda titizlikle yapılıyor. Hallar, koltuklar, masalar ve daha birçok unsur, dekorasyon için önemli parçalar olurken, özenle seçilmiş perdeler de tamamlayıcı oluyor. Bu alanda sıklıkla tüm detaylarda görmeye alıştığımız geleneksel dantel efekti tüm modayı içine alıyor. Brillant da özel bir jakar örme koleksiyonu tasarlayarak, pencerelerin bu akımdan geri kalmamasını sağlıyor. Ütü istemez özelliği ile jakar örme koleksiyonu, pratik bir kullanımı da beraberinde getiriyor.



Hatemoğlu'nun yeni yüzü

Dünyaca ünlü Brezilyalı top model Mihaly Martins, Hatemoğlu'nun 11-12 Sonbahar-Kış koleksiyonlarının katalog çekimleri için poz verdi. Daha önce Louis Vuitton, Trussardi, Versage ve Hugo Boss gibi önemli markalarının kampanyalarında yer alan Martins, bu sezon Hatemoğlu'nun 11-12 Sonbahar-Kış kampanyasının yeni yüzü oldu... Uzun soluklu bir çalışmanın ardından, tasarım ekibi tarafından titizlikle hazırlanan Hatemoğlu, Hatem Saykı ve Htm1, klasik çizgilerini günün trendlerine uygun olarak işte, davette ve sair zamanlarda giyilmek üzere çok fazla kullanım alanı olan sade bir şıklık sunmaya devam ediyor. Farklı detaylar ve düzgün kesim şekillere sahip ürünlerin yer aldığı Hatemoğlu 11-12 Sonbahar-Kış koleksiyonunda, şehirli erkeğin yaşam tarzından yansımaları görülüyor.

Kiğili Çin'de mağaza açmaya hazırlanıyor

Erkek giyiminde Türkiye'nin hemen hemen her kentinde mağazaları bulunan Kiğili, yeni dönemde dört yeni mağaza daha açıyor. Türkiye'nin yanı sıra Çin'de de mağazalaşma çalışmalarına hız veriyor. 2023 yılına kadar Türkiye'den çıkacak ilk 10 dünya markası arasında yer alacaklarını belirten Kiğili CEO'su Hilal Suerdem, Ortadoğu, Türki Cumhuriyetler ve Türkiye'den sonra en büyük hedeflerinin Çin'de de mağazalaşmak olduğunu belirtiyor.

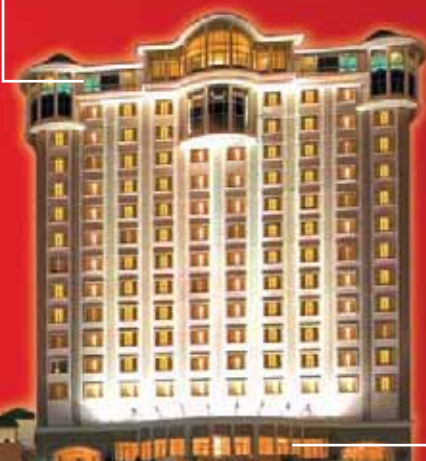
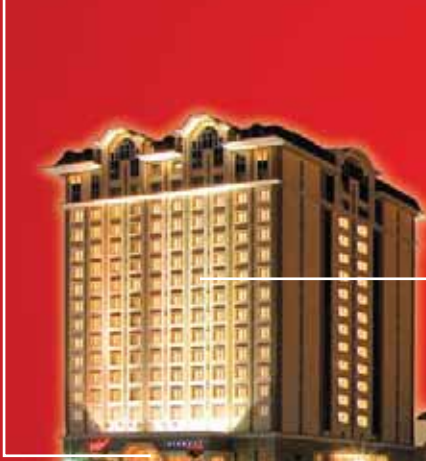


Maya Tekstil ISPA üyesi oldu

Ev tekstilinde hizmet veren Maya Tekstil, EDFA (European Down and Feather) üyeliğinden sonra uluslararası alanda uyku ürünleri üreticilerinin sesi olan ISPA (International Sleeping Products Association)'nın üyeliğine kabul edildi. 1915 yılından beri varlığını sürdüren ISPA'ya üye olan birçok önemli uluslararası Uyku Ürünleri üreticisi arasına katılmış olan firma, bu üyelik sayesinde birçok yeniliğe ayak uyduracağı gibi, üretimindeki mevcut şartlarını daha da geliştirecek. Ayrıca uyku ürünleri alanında know-how'a daha hızlı ve etkin bir şekilde ulaşıp, ISPA'nın geniş üretici ağından faydalanabilecek.



... ARADIKLARINIZ VE DAHA FAZLASI...



WOW Airport Hotel

Size özel sunduklarıyla ayrıcalıklı bir dünyanın kapılarını açıyor. Zevkle dekore edilmiş 360 odası, lezzet düşkünleri için Coffee Shop Restaurant ve Wings Bar' ı, günün yorgunluğunu atabileceğiniz Sağlık Kulübü ve 150 kişiye kadar toplantılara imkan veren Artemis Salonu ile gün boyu hizmetinizde...

WOW Convention Center

Amaçlarınız kadar büyük bir yer hayal edin; iş dünyasının tüm ihtiyaçlarının düşünüldüğü 4.000 kişi kapasiteli büyük ölçekli toplantıların vazgeçilmez mekanı WOW Convention Center, son teknolojik alt yapıyla İstanbul'un en büyük konaklamalı kongre merkezi olarak her türlü organizasyonunuza ev sahipliği yapmaya hazır...

WOW Istanbul Hotel

Konaklamalarına ayrıcalık katmak isteyenler için özenle dekore edilmiş 36 executive, 3 suit ve 236 standart odası, ince damak zevkine hitap eden Restaurant Mezzanine, çatı katında yer alan, tavanı cam ile kapatılmış havuzu, fitness center' ı, organizasyonlarınız için 200 kişi kapasiteli Zeus toplantı salonu ile her şey sizler için düşünüldü.

WOW

www.wowhotelsistanbul.com
0212 444 0 969

ISTANBUL
Hotels & Convention Center

İstanbul'un
tercih edilen adresi

Yenilikçi, şık ve modern

DESA, 2011/2012 Sonbahar-Kış Kadın Koleksiyonu'nda el işçiliğindeki ustalığını bu sezon çok daha ön plana çıkartan bir şıklık sergiliyor. Klasikten moderne birçok farklı tarza hitap eden DESA'da bu sezon çantadan ayakkabıya, tekstilden cekete tüm ürün gruplarında yenilikçi bir tavır gözleniyor. Ağırıklı olarak, birbiriyle kolayca eşleştirilebilen kilit parçaların yer aldığı koleksiyonda klasiklerden modernlere, hafta sonu şıklığını tamamlayacak detaylardan, ofis gardirobunu dolduracak parçalara kadar farklı tarzda seçenek sunuluyor.



Adidas Originals renkli ve iddialı

Adidas Originals, Sonbahar/Kış 2011 sezonu boyunca sokak modasına yön vereceği belirtilen yeni koleksiyonunu meraklılarının beğenisine sunuyor. Özel konseptlerin ve Adidas Originals klasiği haline gelen ürünlerin yer aldığı koleksiyon, günlük giyim için tasarlanan veya teknolojiyle bütünleşen modellere kadar pek çok kesime hitap eden seçeneklere sahip. Koleksiyonda ayrıca kendi içinde birbiriyle rahatlıkla kombine edilebilir pek çok ürün de yer alıyor.

Küçük Hanımefendi tıpkı annesi gibi

Journey Kids 2011 Sonbahar-Kış koleksiyonuyla, minikler ve anneleri bir örnek giyinebiliyor. Journey'nin büyümüş de küçülmüş minikler için hazırladığı 2011 Sonbahar /Kış Koleksiyonu'nda, paltodan trençkota, elbise-den cekete, etekten pantolona, gömlekten tulum kadar birbirinden sevimli birçok model yer alıyor. 2-8 yaş arasındaki minik prensesler için tasarlanan bu özel koleksiyonda, doğada yer alan tüm renklerin esintilerini görmek mümkün.



NetWork'ten maskülen şıklık

NetWork'ün "Compass (Pusulula)" adını verdiği 2011-2012 Sonbahar-Kış Erkek Koleksiyonu, şık ve modern bir yorum sunuyor. İş hayatında olduğu kadar hafta sonları da farklılaşmak isteyenlere hitap eden koleksiyonda klasik kesim ceketlerle birlikte, şal yaka ve kruvaze modeller, kontrast renkli astarlar, lazer kesimlerin kullanıldığı özel deri ceketler beğeniye sunuluyor. Dış giyimde bu sezon, kalın kumaşlarla kullanılan denizci kabanları, napa ve yağmurluk kumaşlarıyla birlikte kullanılan triko montlar dikkat çekiyor.

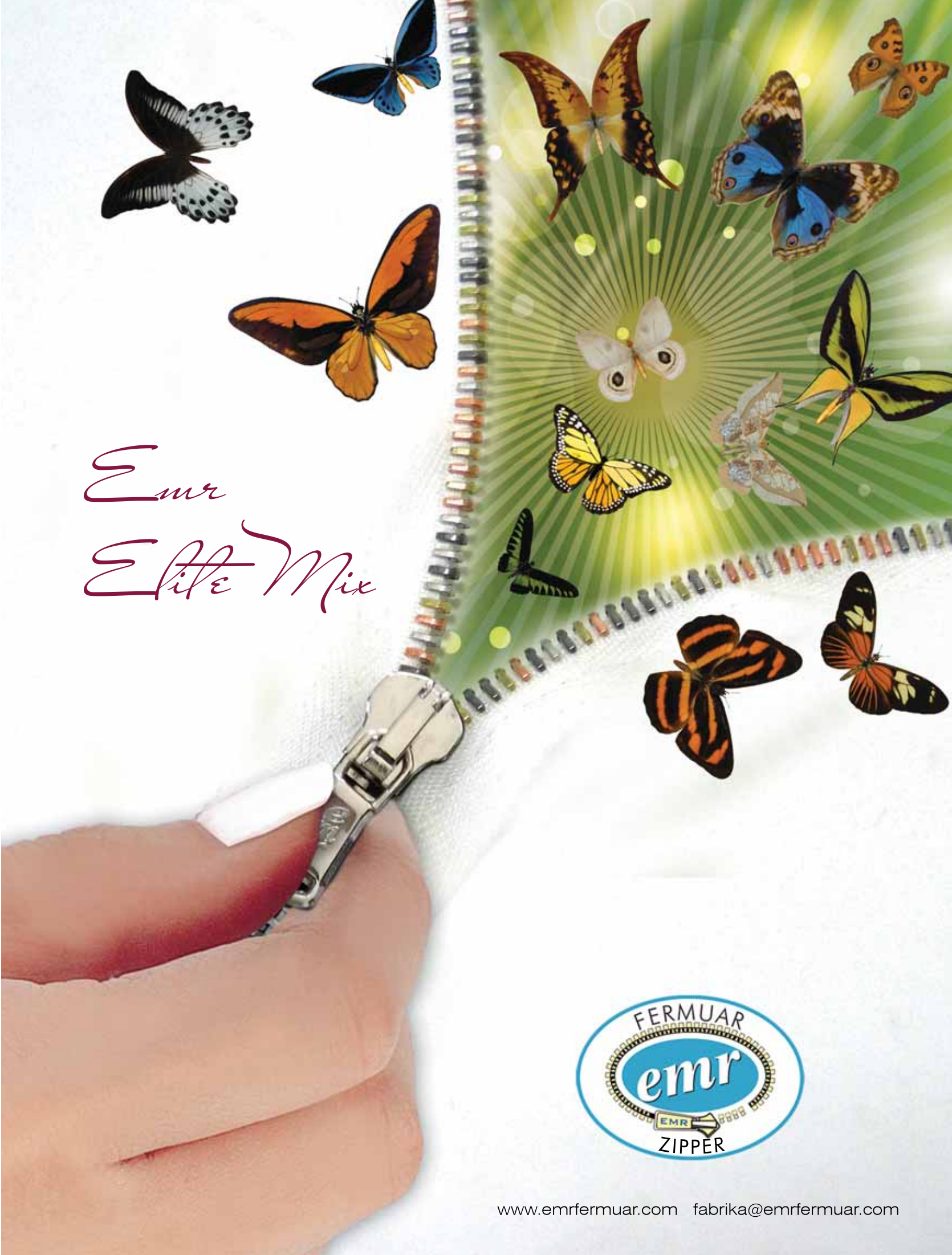


MESİAD'dan açık hava iftarları

Hayata geçirdiği çeşitli sosyal projeler ile hem sektöre hem de Merter'e önemli katkılar sağlayan MESİAD, Güngören Belediyesi ve Kızılay Merter Şubesi'ni de yanına alarak, başta Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencileri olmak üzere, Merter'deki ihtiyaç sahipleri için düzenlediği halk iftarlarıyla her akşam 500 kişiye yemek veriyor. Bu yıl ilk defa düzenlenen, geleneksel bir hale getirilmesi düşünülen ve giderleri gönüllü işadamları tarafından karşılanan organizasyondan, önümüzdeki yıllarda daha fazla kişinin faydalanması planlanıyor. Ayrıca Kızılay ve MESİAD'ın "MESİAD Kızılay Sevgi ve Kardeşlik Mağazası"yla Güngören'deki ihtiyaç sahiplerine bayram hediyesi dağıtacağı belirtiliyor.



*Emr
Elite Mix*





TİM HEYETİ'NDEN BAŞBAKAN ZİYARETİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi ve Yönetim Kurulu Üyeleri Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ı Dolmabahçe'de ziyaret etti. İhracat odaklı ekonomi için önerilerini Başbakan Erdoğan'a sunan TİM Yönetim Kurulu Üyeleri, toplumun tüm kesimlerinin benimseyeceği yeni bir anayasa için TİM olarak her türlü katkıının sağlanacağına dikkat çekti. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın da katıldığı toplantı-

da Büyükekşi, Başbakan'ın seçimlerin hemen ardından TİM Genel Kurulu'na geldiğini hatırlatarak, yeni hükümetin kurulmasının ardından da ilk kez TİM heyetini kabul ettiğini söyledi. İhracattaki son durumun yanı sıra ihracat odaklı ekonomik büyüme için hazırlanan önerilerin sunulduğu toplantıda Büyükekşi, "Uzun soluklu yolculuğumuzun hedefi kalkınmış ve özgürleşmiş bir Türkiye'dir" dedi. Yeni kurulan bakanlıkların ve DTM'nin Ekonomi

Bakanlığı bünyesine katılmasının, 2023 hedefleri açısından önemli olduğunu vurgulayan Büyükekşi, "TİM'in tüm sektörlerde başlatmış olduğu 2023 İhracat Stratejisi'nin temel çıktılarının yeni hükümetimizin programına alınmasını memnuniyetle karşılıyoruz. Türkiye'nin 2023 vizyonu ile hareket etmesini, ülkemizin uzun soluklu rekabet gücünün geliştirilmesi açısından son derece önemli buluyoruz" diye konuştu.



HAZIR GİYİMCİ VE TEKSTİLCİ STUTTGART'DA BULUŞACAK

Tekstil ve hazır giyim sektörünün dünya pazarlarından aldığı payı artırmak için bu defa ortak bir programda buluşan İHKİB ve İTHİB rotayı Almanya'ya çevirdi. Almanya'nın Stuttgart kentinde 24-27 Ekim tarihlerinde Sektörel Ticaret Heyeti düzenlemeyi planlayan birlikler, 20 civarındaki tekstil ve hazır giyim firmasını Alman hazır giyim perakendecileri ile bir araya getirecek. Ticaret heyeti düzenlemek için harekete geçen İTHİB ve İHKİB, bu programla Türkiye'deki lider konumda olan teknik tekstil, ev tekstili ve hazır giyim üreticilerine yeni iş fırsatları sunmayı amaçlıyor. Heyete, her türlü örme, dokuma ve baskılı kumaşlarla birlikte konfeksiyon yan sanayi ürünlerine yönelik üretim yapan firmalar da katılacak. Türk-Alman iş konferansı ve ikili iş görüşmelerinin yapılacağı heyet kapsamında tekstil ve hazır giyim firmaların tesisleri de ziyaret ederek pazarı yerinde araştırma fırsatı yakalamış olacak.



AYAKKABI TASARIM YARIŞMASI'NDA SON VİRAJ

Ayakkabıdaki özgün tasarım arayışını bu yıl ilk defa düzenleyeceği "1. İDMİB Ayakkabı Tasarım Yarışması" ile sürdürmeye karar veren İDMİB, böylece sektörde fark yaratmak için tasarım ayağının ön plana çıkmasını sağladı. Sektörün geleceğine yatırım yapmak amacıyla düzenlenen yarışma, ilk elemelerde yarı finale kalan 17 genç yeteneği belirledi. 16 Kasım Çarşamba günü başlayacak AYMOD Fuarı'nın açılışında yapılacak final gecesinde 10 finalistin tasarımları özel bir sunum ile yerli ve yabancı basın mensupları ile sektör temsilcilerinden oluşan jüriye ve davetlilere sunulacak. İlk üçe giren yarışmacıların MİCAM Milano'yu ziyaret etme şansı yakalayacağı yarışmada, finalistler İMA'da ayakkabı ve çanta konusunda verilecek ilk seminere katılma hakkı da kazanacak. Genç yetenekleri motive edici ödüllerin beklediği yarışmada birinciye 10 bin, ikinciye 6 bin, üçüncüye de 3 bin TL para ödülü verilecek.

äfa
fermuar / zipper

Kaliteye ve hayata açılıyor...



AKŞEN TEKSTİL SANAYİ ve TİCARET LTD. ŞTİ.
Mehmet Nezih Özmen Mh. Akçay Sk. No:16 Merter / İstanbul
Tel: +90 212 637 88 55 (pbx) Faks: +90 212 637 71 26

444 20 61

www.afafermuar.com.tr - www.afametal.com

İHKİB'DEN ANKARA'YA NEZAKET ZİYARETİ



İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ HİKMET TANRIVERDİ ÖNDERLİĞİNDE 29 TEMMUZ'DA ANKARA'YA ÇIKARMA YAPTI. EKONOMİ BAKANİ ZAFER ÇAĞLAYAN'IN YENİ GÖREVİNİ TEBRİK İÇİN ANKARA'YA GİDEN BİRLİK ÜYELERİ AYNI ZAMANDA MİLLİ EĞİTİM BAKANİ ÖMER DİNÇER İLE GÜMRÜK VE TİCARET BAKANİ HAYATİ YAZICI'YI DA YERİNDE ZİYARET ETTİ.

61'inci hükümetin kurulmasını ardından değişik kurumların ziyaretlerini kabul eden Ekonomi Bakanlığı'nın son ziyaretçileri arasında İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri yer aldı. 29 Temmuz'da Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ı yeni görevini tebrik etmek için Ankara'ya giden İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri bu ziyarette sektörün gündeminde olan konuları da görüşme imkanı buldu.

İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi öncülüğünde Ankara'ya giden İHKİB Yönetim Kurulu Üyeleri arasında Birol Sezer, Nilgün Özdemir, İdris Akdoğan, Kemalettin Güneş, Efsane Turan, Ümit Özüren, Jale Tuncel, Fatih Yarkın ve Mehmet Cevdet Karahasanoğlu yer aldı. Çağlayan'ın ardından Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı ile Millî Eğitim Bakanı Ömer Dinçer'i de ziyaret eden Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörün gümrüklerde yaşadığı sorunları ve eğitim konusunda neler yapılması gerektiğini bakanlarla görüştü.

Ekonomi Bakanlığı yeni bir sürecin eşliğinde

Yönetim Kurulu Üyeleri'ne Bakanlığın yeni misyonundan bahseden Çağlayan 61'inci hükümetle birlikte Bakanlığın yeni bir sürecin eşliğinde olduğunu söyledi. Cari açığı kapatabilmek amacıyla hem yatırım yapacak firmaların teşvik edilmesi, hem de Türkiye'de üretilen mamullerin ithalatının denetim ve gözetimine önem verilmesi gerektiğine dikkat çeken Çağlayan, bu konuda Türkiye'nin önünün açık olduğu söyledi. Avrupa ve ABD'de de ortaya çıkan krizin Türkiye'yi olumsuz etkilemeyeceğini belirten Çağlayan, "Bu durumdan etkilenmemek için Bakanlık tarafından ithalatı azaltmaya yönelik önlemler alınacak" dedi. Yeni dönemde Risk Değerlendirme Sistemi ile ilgili çalışmaların da devam edeceğine dikkat çeken Çağlayan, bu çalışmaların Bakanlık tarafından görevlendirilen Ekoteks Laboratuvarı tarafından yürütülmeye devam edeceğini kaydetti. Tanrıverdi, birliğin yurtdışında pazar bulma konusunda hayata geçireceği projelerden bahsetti. ❖



SENATUS
HOTEL

Konuklarınızı ve sizi
ağırlamak için
ayrıntıları
bize bırakın...



+90 212 458 58 66 (pbx)
www.senatushotel.com

İTHİB YÖNETİM KURULU ANKARA'DA



60'INCI HÜKÜMET DÖNEMİNDE DIŞ TİCARETTEN SORUMLU DEVLET BAKANI OLARAK GÖREV YAPAN, ZAFER ÇAĞLAYAN YENİ HÜKÜMETLE BİRLİKTE EKONOMİ BAKANLIĞI GÖREVİNE GETİRİLDİ. YENİ GÖREVİNDE ÇAĞLAYAN'I ZİYARET EDEN İTHİB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ BU VESİLEYLE SEKTÖRÜN SORUNLARINI DA KONUŞMA FIRSATI BULDU.

İTHİB Başkanı İsmail Gülle öncülüğünde Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ı yeni görevini tebrik için ziyaret eden İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, söz konusu ziyarette 2023 hedefine yürürken hükümetin de tam desteğini göreceklarinin mesajını aldılar. İHKİB Yönetim Kurulu ile eş zamanlı olarak Çağlayan'ı ziyaret eden

İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri arasında Sultan Tepe, Ahmet Öksüz, Tamer Pala, Ahmet Şişman, Didem Sümer gibi isimler yer aldı. Ziyarette tekstil sektörüne verilen teşvikleri görüşme imkanı bulan İTHİB temsilcileri, 22 Temmuz'da yürürlüğe giren tebliğin tekstil sektörü adına alınan önemli bir karar olduğunu dile getirdi.

"Sektör Ür-Ge'nin Ar-Ge kapsamına alınmasını istiyor"

Görüşmede Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarının yoğunlaştırılması, desteklenmesi ve yönlendirilmesi gibi konuların sektörün öncelikli faaliyetleri arasında yer aldığını belirten İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri, bu konuda özel sektörün hükümetin desteğine ihtiyaçları olduğunu dile getirdi. Bu anlamda İTHİB Başkanı İsmail Gülle, Ar-Ge merkezi İTKİB İTA ile ilgili birtakım desteklere ihtiyaçları olduğunu bu konuda da devletten destek beklemediklerini Ekonomi Bakanı Çağlayan'a aktardı. İTKİB İTA'yı daha verimli bir Ar-Ge merkezi haline getirerek tekstil sektörünün bütününe yol açıcı projeler geliştirmek istediklerini söyleyen İsmail Gülle, "Sektörün, Ür-Ge'nin de Ar-Ge kapsamına alınması ile ilgili talepleri vardı. Biz de bu talepleri söz konusu ziyarette Sayın Bakanımıza dile getirdik. Kendisi konuya çok olumlu yaklaşıyor" dedi. Çağlayan'dan, bu konuları Ekonomi Koordinasyon

Kurulu'nun (EKK) toplantısına taşıyacakları sözünü aldıklarını belirten Gülle, bunun yanında İTA'da Ar-Ge ile ilgili araştırmaların yapılması için hükümet tarafından bir heyet görevlendirileceğini belirtti. Ziyarette Avrupa ve diğer ülkelerde ortaya çıkan krizi, kurda yaşanan gelişmeleri de görüştüklerini kaydeden İTHİB Başkanı Gülle, tekstilde koruma önlemlerine yönelik uygulamaya konulan tebliğle de ilgili eksik noktaları masaya yatırdıklarını dile getirdi. Görüşmede tekstil sektörünün 2023 yılına ilişkin hedefini de masaya yatıran sektör temsilcileri, 2011 yılı için kendine 8 milyar dolarlık ihracat hedefi koyan sektörün 2023 yılında da 20 milyar dolarlık ihracat rakamını yakalamayı planladığını dile getirdi. Bu hedefe ilerlerken kendine bir takım stratejiler belirleyen sektörün kuşkusuz üst yönetimden de bir takım beklentiler içinde olduklarını Çağlayan'a aktaran Gülle, bu noktada da hükümet adına Çağlayan'dan destek göreceklarini belirtti. ❖



**35 yıldır
hayatın
her alanında
yeniliklere
güvenle
açılıyor...
kapanıyor...**



"Kalitede ve Fiyatta Öncü"



Davutpaşa, Askeri Fırın Sokak Erdiñç Sanayi Sitesi No.14 Topkapı 34010 İstanbul
Tel:+9 212 482 34 25 Fax:+9 212 482 33 79
web: titbas.com.tr e-mail: info@titbas.com.tr

cpı'DAN MOSKOVA ÇIKARMASI

ÜRETİCİ KİMLİĞİNİ DÜNYAYA KANITLAYAN TÜRKİYE'NİN, MODA VE MARKA GÜCÜNÜ ORTAYA KOYACAK OLAN COLLECTION PREMIERE İSTANBUL (cpı) RUS BASININA TANITILDI. YOĞUN İLĞİ GÖREN TOPLANTIDA RUS BASIN YETKİLİLERİ, TÜRK PERAKENDE ZİNCİRLERİNDEN FRANCHISE ALMAK İSTEYEN ÇOK SAYIDA YATIRIMCININ OLDUĞUNU DİLE GETİRDİLER.



Moda ve hazır giyim endüstrisinin ilk ve tek uluslararası fuarı Collection Premiere İstanbul (cpı), Moskova'da Rus basınına tanıtıldı. 22-24 Eylül 2011 tarihleri arasında CNREXPO'da üçüncüsü düzenlenecek ve dünya devlerini ağırlayacak olan fuarın danışmanı IGEDO Company'nin, CPM Collection Premiere Moskova ve cpı Collection Premiere İstanbul Fuarları'nın tanıtımı için vermiş olduğu basın toplantısına, 40'in üzerinde basın mensubu ve sektör temsilcileri katıldı. Rusya'nın önde gelen gazetelerinin, moda dergilerinin ve internet sitelerinin editörleri tarafından takip edilen toplantıda, cpı Organizasyon Komitesi Başkanı Cem Altan ve CNR Holding Genel Müdür Yardımcısı Özhan Carda, fuarın moda dünyasında yaratacağı uluslararası ticari hacim ve Türk hazır giyim sektörü hakkında ayrıntılı bilgiler aktardı. Toplantı esnasında, Türk perakende zincirlerinden franchise almak isteyen çok sayıda yatırımcının olduğunu belirten Rus basın yetkilileri, cpı fuarı için İstanbul'a geldiklerinde, fuarın

katılımcılarıyla özel haber dosyaları oluşturmak ve Türk hazır giyim perakende sektörünü incelemek istediklerini dile getirdiler.

Modanın uluslararası buluşma noktası

İTKİB'in önyak olduğu, OTİAD, MESİAD, LASİAD ve TGSD desteğinin devam edeceği cpı, dünyanın dört bir yanından ziyaretçi akınına uğrayacak. Fransa'dan Galeries Lafayette ve Who's Next firmalarının yanında, Q-BS Corporate Fashion (Almanya) Harryson Businesswaer GMBH (Avusturya), Mingechevir Shopping Center (Azerbaycan), Berrada freres-Vox (Fas), Luja Concepts Stores (Ürdün) ve MufeedStores (Yemen),

gibi firmalar cpı'a alım heyeti gönderecek. Ayrıca CNR Holding'in 35 kişilik yabancı ziyaretçi ekibinin yanı sıra, IGEDO Company danışmanlığı ile de yürütülen cpı'a Almanya, Belçika, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Fransa, İspanya, İran, İspanya, İsrail, Rusya, Singapur, Suudi Arabistan ve Yunanistan'ın da bulunduğu 30'u aşkın ülkeden birçok firma alım için geleceğini bildirmiş bulunuyor.

İlkinde başarıyı yakalamıştı

cpı, CPD (Collection Premiere Dusseldorf) ve CPM (Collection Premiere Moscow) gibi dünya çapında ün kazanmış moda fuarlarının yaratıcısı Alman İgedo Şirketi tarafından kurgulandı. Fuar ilk kez, 2009 yılında dünya moda sektö-

ründeki öncü markaların ve tasarımcıların bir araya getirdi. Tarihle tasarımın bulunduğu İTÜ Taşkışla Kampüsü'nde İstanbul Fashion Week ile eşzamanlı olarak organize edilen fuara, 55 yerli ve yabancı marka ile 28 tasarımcı katıldı. 18 ülkeden alım heyetinin katıldığı cpı'a en çok ilgi gösteren ülkelerin başında, İngiltere ve Rusya gibi Türkiye'ye en çok moda tekstil alışverişi gerçekleştirdiği ülkeler geldi. Beş bin metrekarelik sergileme alanına sahip fuarda, Triumph, G-Star, Gerry Weber, Perspective, 4G, Basler, Sunset, Wenice, AVVA, Didier Parakian, Colin's, Collezione, Blue Seven gibi birçok marka yer aldı. 38 bin 500 ziyaretçinin katıldığı fuarda katılımcıların 5 bini yabancıydı. ❖





TARLADAN MAĞAZAYA

Elyaftan kumaşa, terbiyeden konfeksiyona,
perakendecilikten toptan satış ve zincir mağazacılığa,
Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne çözümler sunuyoruz.

Tekstil ERP Çözümlerimiz



SentezYARN
İplik Üretim Takip Sistemi



SentezKNIT
Kumaş Üretim Takip Sistemi



SentezWEAVE
Dokuma Üretim Sistemi



SentezDYE
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



SentezVOGUE
Konfeksiyon Yönetim Sistemi



SentezEXPO
Diğ. Ticaret Yönetim Sistemi



SentezEXCELLENT
Yönetim Bilgi Sistemi



SentezPOSITIVE
Satış Yönetim Sistemi



SentezSHOP
Satış Noktası Yönetimi

EV TEKSTİL SEKTÖRÜ İÇİN İKİ ÖNEMLİ RANDEVU



Almanya'nın önde gelen fuar firması Messe Frankfurt, ev tekstil sektörünün uluslararası etkileşim ve paylaşımını sağlamak için iki önemli fuar düzenliyor. Gerçekleştirilecek fuarlardan ilki olan Uluslararası Ev Tekstil Ürünleri ve Aksesuarları Fuarı "Intertextile Shanghai Home Textiles", Asya'nın en büyük ev tekstili fuarı olma özelliği taşıyor. 29-31 Ağustos tarihleri arasında Şangay'daki New International Expo Center'da gerçekleştirilecek olan fuarda yatak, mutfak, masa ve banyo için kullanılan kumaşlardan, duvar ve pencere dekorasyon ürünlerine, döşemelik kumaş ve halıdan iç dekorasyon tekstil ürünlerine, ev tekstili ile ilgili ürün ve servislerden ev tekstili tasarımlarına kadar çok geniş bir ürün çeşitliliği sunuluyor. Geçen yıl büyük başarı yakalayan iç alan dekorasyon trendleri bölümü, bu yıl fuarda yine yerini alacak. Fuar ziyaretçilerini trend tahmincileriyle interaktif bir platformda bir araya getiren bu bölümde ziyaretçiler, gelecek ev tekstili trendlerini görme fir-

satı yakalayacak ve tasarımcılarla tanışacaklar. Birbirinden değerli trend uzmanları, 2012-2013 iç dekorasyon ve ev tekstili trendlerini anlatacak. Fuarda, tekstil tasarımlarına odaklanan ve tekstil alanındaki en son yeniliklerin tanıttığı şov olan "Designer's Studio" bu yıl da fuarda yerini alacak. Ziyaretçiler bu alanda Çin, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Kore, Portekiz, Hollanda ve İngiltere'den, ev tekstili tasarım konseptlerinden oluşan geniş bir ürün yelpazesi görme fırsatı bulacaklar. Bu yıl daha çok ziyaretçi ve katılımcı firmayı ağırlaması beklenen fuar, ilk kez Kore, Pakistan, Tayvan, Türkiye, Yunanistan, İtalya ve İspanya'dan olmak üzere 7 uluslararası pavilyona ev sahipliği yapacak. Fuardaki Türkiye milli katılımı Uludağ İhracatçılar Birliği (UİB) ve Messe Frankfurt İstanbul ofisi işbirliği ile düzenleniyor. Milli katılım kapsamında Türkiye'den fuara 40'ı aşkın firma katılacak. Firmalar, uluslararası ziyaretçilerle buluşmanın yanı sıra birçok yüksek kalitedeki Çinli alıcı firmayla da iletişim kurabilecekler.

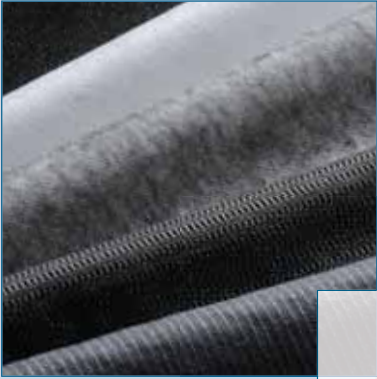
Heimtextil Russia Fuarı'nda önemli şirketler bir araya geliyor

Düzenlenecek ikinci organizasyon olan Uluslararası Ev Tekstil Ürünleri Fuarı "Heimtextil Russia" ise, Rus ev tekstili ve iç dekorasyon kumaşları endüstrisi için çok önemli bir etkinlik olmaya devam ediyor. 21-23 Eylül tarihleri arasında Moskova'da 13. kez düzenlenecek olan fuarda, mobilya kumaşından perdeye, yastıktan, yatak takımına, duvar kağıdından halıya, mutfaktan banyo tekstili ürünlerine kadar ev tekstilinin her yönü yansıtılıyor. Toptan ve perakende ticaret temsilcilerini, tasarımcıları, mimarları, üreticileri ve birçok profesyoneli bir araya getiren fuar, katılımcılar için 3 gün boyunca ürün ve servislerini 15 binden fazla profesyonelle sunabilecekleri, mevcut müşterileriyle bir araya gelecekleri, yeni iş kontakları kurabilecekleri, sektördeki yenilikleri ve gelişmeleri takip edebilecekleri bir sergi alanı sunuyor. Ziyaretçilerin orta ölçekli fiyat kalitesinden en yüksek ölçeğe kadar dünyanın önde

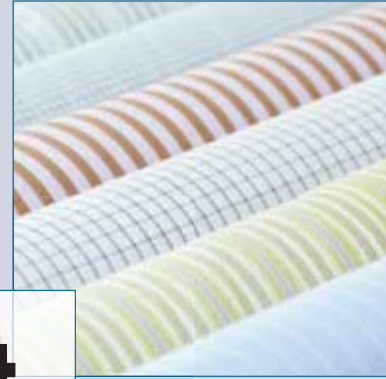
ALMAN FUAR FİRMASI MESSE FRANKFURT BU YIL, EV TEKSTİL SEKTÖRÜ İÇİN İKİ ÖNEMLİ FUAR DÜZENLİYOR. 29-31 AĞUSTOS'TA ŞANGAY'DA DÜZENLENECEK OLAN INTERTEXTILE SHANGHAI HOME TEXTILES VE 21-23 EYLÜL'DE MOSKOVA'DA DÜZENLENECEK OLAN HEIMTEXTIL RUSSIA FUARI, SEKTÖRÜ ULUSLARARASI ANLAMDA GELECEĞE TAŞIYOR.

gelen üreticilerinin ürettiği tekstil ürünlerini görme fırsatına sahip olacakları fuar, endüstri profesyonellerinin tecrübelerini paylaştığı, pazar gelişmelerini takip ettiği trend şovlar, yuvarlak masalar, atölyeler gibi özel etkinlikleri de kapsıyor. Bu yıl geçtiğimiz yıllardaki rekorunu kırarak yüzde 40'a varan büyüme kaydetmeyi öngören Heimtextil Russia, tekstil sektörünün geleneksel öncülleri olan Türkiye, Almanya, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin önde gelen şirketlerini ulusal pavilyonlarda bir araya getirirken, Avrupa pavilyonu Avrupalı üreticileri ve tedarikçileri ağırlayacak. Her sene olduğu gibi bu yıl da fuara yoğun ilgi gösteren Türkiye'den UİB'nin milli katılımıyla, 50'den fazla katılımcı firma fuarda yerini alacak. ❖

Tela



Ceplik



nh Paket

Vatka



Bant



Küçük, renkli mucizeler...



Moda trenine son vagona binmeyin. Gülle Tekstil sizin için modayı takip ediyor ve ihtiyaçlarınızı önceden belirliyor; nope, flam, özel flamlar ve karışıklı melanj iplikleriyle işinizde küçük ve renkli mucizeler yaratıyor.



**GÜLLE ENTEGRE
TEKSTİL İŞLETMELERİ A.Ş.**

Dolum Tesisleri Yolu,
Cihangir Mah.
Ambarlı - İstanbul
Tel: 0212 422 12 81 (pbx)
Faks: 0212 422 22 82
info@gulletekstil.com.tr
arzu.ergen@gulletekstil.com.tr

TEKSTİLCİLER İKİNCİ DEFA 'ORTAK AKIL'DA BULUŞTU



İTHİB'İN, TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNİ BELİRLEYECEK FİRMALARI BULUŞTURDUĞU "ORTAK AKIL TOPLANTILARI" NIN İKİNCİSİ, 5 AĞUSTOS'TA DÜZENLENEN İFTAR YEMEĞİNDE GERÇEKLEŞTİ. FİRMALARIN, SEKTÖRÜN GELECEĞİNE İLİŞKİN KONULARI TARTIŞIP FİKİR ALIŞVERİŞİNDE BULDUKLARI TOPLANTIDA, KORUNMA ÖNLEMLERİ VE TASARIM DESTEĞİ EN ÇOK TARTIŞILAN KONULAR OLDU.

Tekstil sektöründeki firmaların birbirleriyle iletişim kurması ve birbirlerini daha yakından tanıyıp sorunlarını dile getirmeleri için İTHİB Başkanı İsmail Gülle tarafından organize edilen "Ortak Akıl Toplantıları"nın ikincisi, 5 Ağustos Cuma günü

Feriyeye Lokantası'nda gerçekleşti. Ramazan ayında bulunmamız sebebiyle iftar yemeği ile taçlandırılan geceye ihracat rakamlarına göre ikinci 50'ye giren Depar Deri, Garanti İplik, Ma-Ba Tekstil, Evoteks, Turan Tekstil, Küçükçalık Tekstil, Bakay Tekstil, Özdokur

Tekstil ve Ambalaj Sanayi gibi üye firmalar katıldı. Tamer Pala, Sultan Tepe, Mehmet Fatih Bilici, Muammer Akçay, Derya Yarangümeli, Mustafa Denizer gibi isimler ise geceye katılan İTHİB Yönetim Kurulu Üyeleri arasında yer aldı. Toplantıda bir yandan yemekler yenirken, diğer bir yandan da İTHİB Başkanı Gülle, bir açılış konuşması gerçekleştirdi. Gülle konuşmasında, "Biz yaptığımız toplantıdan ya da yediğimiz yemekten daha çok zevk alalım diye, özellikle bu şekilde bir iftar yemeği düzenledik. Daha önceleri bir araya geliştirmiş daha kalabalık olurdu ve o zamanlarda da herkesle konuşup görüşme şansımız olmazdı. O nedenle şimdi birbirimizi daha iyi anlayabileceğimiz, daha çok konuşabileceğimiz bu atmosfer

çerçevesinde toplantımızı yapıyoruz." diyerek bu toplantıların hangi amaçla düzenlediklerini dile getirdi. Gülle'nin yaptığı bu konuşma sonrasında geceye kayıpların konularıyla kendilerini tanıttılar.

Sektöre ait güncel bilgiler verildi

Yapılan tanışmanın ardından Gülle'nin sunumu ile tekstil sektörünün güncel durumu incelendi. Gülle, 2011 Ocak-Temmuz dönemi tekstil ihracatı, tekstil ihracatının aylık gelişimi, 2011 yılındaki belli başlı pazarlar, 2011 Ocak-Temmuz dönemi ürün grupları bazında tekstil ihracatı, 2010 yılındaki üretim eğilimi, istihdamdaki gelişmeler, ihracat seyrini etkileyen faktörler, tekstil ihracatında artış seyrini, geleneksel pazar



ÇOK İYİ FUAR MERKEZLERİNE İHTİYAÇ VAR

TETSİAD Başkanı

Yaşar Küçükçalık ise bu tür organizasyonları çok olumlu bulduğunu belirterek sözlerine başlıyor ve ülkemizdeki fuar alanı bulma sıkıntısına değiniyor. Fuarların ülke ekonomisine çok fazla katkı sağlayacağını belirten Küçükçalık, çok iyi fuar merkezlerine ihtiyacımız olduğunu, bu alanda alt yapı eksikliğinin giderilmesi gerektiğini ve bunun bir devlet politikası olması gerektiğini dile getiriyor. Küçükçalık, sektörün en önemli varlığı olarak gördüğü tasarımlarda, Türkiye'nin bugün gelmiş olduğu yerde, işçiliği, enerji maliyeti ucuz işleri getirip burada katma değer yaratıp bugüne kadarki bilgimizi kültürümüzü buna yansıtip artık oradan nemalanmak gerektiğini ve TETSİAD olarak bu konuyu açıklığa kavuşturmak istediklerini söylüyor. Ayrıca Türkiye'deki ev tekstilinin dünyada övünülecek, rekabet edebilecek bir konumda olduğunu belirten Küçükçalık, ev tekstilinde teknik farklılıklar yaparak da çalıştıklarını dile getiriyor.



larda yaşanan sorunlar, kıdem tazminatı, Korunma Önlemleri ve tüm bunların sonucunda sektörün hedeflerinin neler olması gerektiğine değindi. Ayrıca Avrupa Birliği projesiyle oluşturulan İTA'nın, tam bir Ar-Ge merkezi olduğunu dile getiren Gülle, bu merkezin doküman, kaplamalı ürünler ile iplikle ilgili pek çok makineyle ekipmana sahip olduğunu ve sektör açısından pek çok ürünün Ar-Ge çalışmasının burada yapabileceği anlattı. İTA'nın fazla bilinirliği olmadığı için çok efektif bir şekilde kullanılmadığını tahmin ettiğini de sözlerine ekledi.

Hükümete iletilen sorunlar

Hükümet'in 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefini gerçekleştirme bazında, sektörlerin ne gibi ihtiyaçları, sorunları olduğu üzerine kendilerinden talep istediğini belirten Gülle, bu konuda gerçekten son derece iyi bir sinerji olduğunu söylüyor. Sektördeki firmalardan gelen düşünceler sonu-

cunda sorunları kapsayan bir liste oluşturduklarını anlatan Gülle, "İthalattaki artış, Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarının eklenmesi, Ar-Ge merkezlerinin ve mevcut işletme yatırımlarının desteklenmesi, kıdem tazminatı, iş mahkemelerinde işveren aleyhine çıkan kararlar, çevresel yükümlülükler ve etkin temiz üretimin getirdiği tebliğlerin karşısında istenilen yeni yatırımla-

rın desteklenmesi, enerji maliyetleri, hammadde maliyeti ve pamuğun desteklenmesi, İstanbul'da nitelikli bir fuar alanının oluşturulması konularını hükümetten talep ettik. Burada hepimiz birbirimizi daha yakından tanıdık. Eğer sizin de eklemek istediğiniz sorunlar varsa bunları not alalım, katkılarınızı bekliyorum." diyerek sunumunu sonlandırdı.

Korunma önlemleri, tasarım ve yazılım desteği tartışıldı

İTHİB Başkanı Gülle'nin konuşması bittikten sonra geceye katılan bazı konuklar Korunma Önlemleri hakkındaki görüşlerini dile getirdiler. Söz alan TETSİAD Başkanı Yaşar Küçükçalık, İTA'ya çok iyi bir yatırım yapıldığını ve iyi





İKİ TARAFIN DA HAKLI OLDUĞU YERLER VAR

İnsanların bir araya gelmeden hiçbir şeyi halledemediklerini söyleyen Ma-Ba Tekstil'in kurucusu **Adnan Bakkal**, bu nedenle Ortak Akıl Toplantıları'nın sektör adına yararlı olacağını belirtiyor. Sektöre ilişkin olarak yapılan korumaların belirli zamanlarda belki kendilerine bir hız verebileceğini, kazanç sağlayabileceğini ancak buna uzun dönemde pek inmadığını belirtiyor. Tasarım yapmadan bu işin içinden çıkabileceklerine hiç inmadığını söyleyen Bakkal, eğer ürünün içerisine katma değer koyulmuyorsa bunun sürdürülebilirliği olmadığını belirtiyor. Kıdem tazminatıyla ilgili olarak da "Bence bu konuda iki tarafında haklı olduğu yer var. Ben bu işin iki farklı görüş değil de bir tarafı ortaklıkla çözülebileceğine inanıyorum. Çalışanın firmaya sahibi gibi bakması, işverenin de çalışanını kendi kardeşi, oğlu gibi görmesi gerekiyor, bence çözüm bu." diyerek sözlerini noktalıyor.



bir pazarlamaya tabii tutulur ve insanların buradan nasıl faydalanacakları anlatılırsa -ve İTA günün ihtiyaçlarına yönelik bir yatırımsa herkesin İTA'dan makul ücretlerle bedelini ödeyip buradan yararlanmak isteyeceğini düşündüğünü söyledi. Daha sonra da ithalat ve tasarım konularındaki görüşlerini belirten Küçükçalık, ülkemizin en önemli sermayesinin yapılan tasarımlar olduğunu, sektördeki rekabete koşturan tek şeyin yapmış oldukları tasarımlardaki farklılıklar olduğunu dile getirdi. "Yapılan ürünler, sizin çaba sarf ederek yaptığınızın 24 saatte kopya edilmesinden oluşuyorsa, sektörün büyümesi düşünülemez ve derinliği oluşabilecek bir şeyin önünün kesilir" diyerek tasarımın sektör için ne kadar önemli olduğunu belirtti ve tasarıma destek verilmesinin ihracata çok büyük katkı sağlayacağını sözlerine ekledi. Daha sonra da Gülle'nin de buna destek vermesini rica etti. Küçükçalık daha sonra, tekstildeki en büyük sıkıntılardan birinin de hesaplama olduğunu, devletin yazılım desteği vermesi gerektiğini belirterek sözlerini noktaladı.

"Krizden başarıyla çıktık"

Toplantıda konuşların gündeme getirdiği konulara ilişkin olarak, öncelikle bir ürünün kopya edilmesi sorununu da hükümete iletceğini belirten Gülle, "Bunu koruyacak bir mekanizma mutlaka var

ama sürecin hızlı işlenmesi gerekiyor. Bu durum oluşmadan, sorunu ortadan kaldırmak için yapılacak bazı işlemlerin geliştirilmesi gerekiyor" diyerek görüş belirtti. İTA'ya yönelik olarak ise "Merkezin tanıtılması konusunda eksikliğimiz olduğunu kabul ediyorum ama bizim İTA'yı tanıtmaya isteğimiz kadar sizin de onu tanıma isteği taşımanız lazım. Ben bireysel olarak buraya yatırım yapıp karşılığını alan birçok firma tanıyorum. Bizde artık bu kültürün gelişmesi gerekiyor. En azından artık tekstilin üzerindeki kötü imajı siliyoruz, çünkü çok olumsuz bir dönemden, krizden, en hızlı şekilde tekstil sektörü çıktı ve ihracatını ikiye katladı. Bizim bu işi iyi yönettiğimizi düşünüyorum" dedi. Yönetim kabiliyeti konusunun da oldukça önemli olduğunu belirten Gülle, bu konuda Küçükçalık ile aynı görüşte olduğunu söyledi.

Sistem yerli üreticiyi korumak üzerine kurulu

Son olarak Korunma Önlemleri'ne ilişkin "Koruma ile ilgili süreçte, böylesi tedbirlerin getirilmesi tamamen sektörlerin istemesiyle oluyor. Yöneticiler bunu, isteyerek ve burada ithalattan zarar duyulduğunu ispat ederek yapıyor. Bu açıdan süreç yaklaşık 1,5 sene sürdü ve tartışmalar bu süreçte devam etti. Zaten şurada da hem fikiriz, bir kere ihracatçı bu sistemden zarar görür, dahilde işletim izni belgesi var. Bakanlık küçük ölçekli ihracatçıların bu durumdan zarar görmemesi için de çeşitli çalışmalar yapıyor. Kurlar böyle kaldığı sürece ben inanıyorum ki aradaki az bir fiyat farkı yüzünden, hiç kimse gidip de Hindistan ya da Çin'den mal almaz, ülkedeki insanına ve fabrikasına saygı duyar. Bu süreci biraz daha iyi gözlemlemek lazım... Buradaki fabrikaların, insanların çalışması için bu işe emek verdim. Sistemin temel felsefesi birilerini mağdur etmek üzerine değil, buradaki üreticiyi korumak üzerine kurulu." diyerek sözlerini noktaladı. ❖

BAŞKAN, HEP YAPICI İŞLER GERÇEKLEŞTİRİYOR

Geceye katılan Garanti İplik'in kurucusu **Yaşar Perez**, toplantı için bu konuşmaları her zaman sevdiğini, İTHİB Başkanı Gülle'nin zaten çok sevdiği bir kişi olduğunu ve kendisinin her zaman yapıcı işler gerçekleştirdiğini dile getiriyor. Perez, firmalarında pamuk ve viskon bazlı melanj iplik yaptıklarını, Avrupalı ya da Amerikalıların noble dedikleri asil elyafardan iplik üretmeyi tercih ettiklerini belirtiyor. Melanj iplik yapmanın hiç kolay bir iş olmadığını ancak kendilerinin bu işe baş koyduklarını söylüyor. İlave gümrük vergisi için ise "Bu tarz çalışmalar yapılabilir. Vergiler ve zorluklar rahatlık sağlamıştır ancak hiçbir zaman bir çözüm olmamıştır. Türkiye'ye buzdolabı ithalatı serbest kaldıktan sonra Arçelik en büyük yatırımı yaptı." diyen Perez bu söylediğinin konuyla ilgili verebileceği en güzel örnek olduğunu söyledi.



İpliğin gücü, kumaşın büyüü...

%100 Cotton melange
Cotton polyester melange
Polyviscose melange
Viscose / viscose melange
Muline (Cotton polyester melange)
Compact melange
Cotton viscose melange
With flam melange



 **orteks®**

Orteks Tekstil Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.

Merkez ofis: Turgutreis Mah. Barbaros Cad. Tekstilkent Tic. Merk. A21 Blok No: 23 Esenler - İstanbul Tel: 0 212 438 16 01-02 Faks: 0 212 438 20 96

Fabrika: Organize Sanayi Bölgesi Bor Yolu 7. Km Niğde Tel: 0 388 225 00 91

www.ortekstekstil.com

DERNEKLERİN İFTAR SOFRASI DAYANIŞMAYA KURULDU



**TEKSTİL VE HAZIR
GİYİM SEKTÖRÜNÜN
ÖNDE GELEN
İSİMLERİNİN BİR
ARAYA GELDİĞİ
MESİAD, LASİAD VE
OTİAD İFTARLARINDA
DAYANIŞMA VE
DOSTLUK ELİ
SOMALİLİ AÇLARA
UZANDI. GÜNDEMDEKİ
GELİŞMELERİN
KONUŞULDUĞU İFTAR
GECELERİNE, SEVGİ
VE DAYANIŞMA RUHU
DAMGA VURDU.**

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği'nin (MESİAD) yenilenen vizyonu ile büyük önem verdiği sektörel buluşmaların sonucusu, mübarek Ramazan ayının sunduğu iftar sofrasının etrafında gerçekleşti. İstanbul WOW Otel'de 10 Ağustos'ta MESİAD adına Yönetim Kurulu Başkanı İdris Akdoğan'ın ev sahipliğinde gerçekleştirilen iftar yemeğine, tekstil ve hazır giyim sektörünün önde gelen isimleri ile milletvekilleri ve kamu yöneticileri de yoğun bir katılım gösterdi. İftar yemeğine AK Parti İstanbul Milletvekili Bülent Turan, CHP Genel Başkan Yardımcısı ve İstanbul Milletvekili Umut Oran, CHP İstanbul Milletvekili Ali Özgündüz, Güngören Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman, TİM Başkan Vekili Ahmet Akbalık, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, İTHİB Başkanı İsmail Gülle, TGSD Başkanı Cem Negrin, OTİAD Başkanı

Ali Ulvi Orhan, LASİAD Başkanı Ciyaseddin Eyyüpkoca, ÇSD Başkanı Hüseyin Öztürk, KYSD Başkanı Reşat Gülen, TİGSAD Başkanı İrfan Özhamaratlı, Merter Platformu Başkanı Cengiz Acar ve çok sayıda işadamı katıldı. Yaklaşık 500 davetlinin katıldığı iftar yemeğinde açılış konuşmasını yapan MESİAD Yönetim Kurulu Başkanı İdris Akdoğan, sivil top-

lum kültürünün yeni yeni geliştiği Türkiye'de, sektörel ve bölgesel demeklerin öneminin giderek arttığına dikkat çekerek, "MESİAD, ortak çıkarlarımızın belirlenmesi ve korunması noktasında bundan sonra çok daha önemli bir görev üstlenecek ve Merter için çözüm odaklı projelerini çok daha etkin bir şekilde hayata geçirecek" diye konuştu.



Kur çıktı diye sevinmeyin

Ekonomi gündemini yakından ilgilendiren sorunlara da değinen İdris Akdoğan, küresel baskıların ağırlaştığı bu dönemde dünyaya entegre olmuş Türkiye’de de sıkıntılarının kaçınılmaz olduğunu belirterek, şöyle söyledi: “Yaşadığımız sallantı, dışarıda kopan fırtınanın onda biri bile değil. Elbette dünya ekonomisinde bir yaprak kımıldasa, Türkiye’de hissedilecektir. Muhtemel krizleri hasarsız atlama için rasyonel olmak ve ‘kazan kazan’ ilişkisi üzerine stratejiler kurmak durumundayız. Geleneksel yöntemlere sıkışık kalan ve kriz psikolojisiyle hareket edenler için hayat giderek zorlaşırken, yeni durumlara uyum sağlayanlar nefes alma şansına sahip olabiliyorlar. Kurlardaki yükseliş, ihracat yapan firmalarımızın karlılığını artıracak için sevindirici gibi duruyor. Ama aslında diğer maliyetleri de artırıp sonuçta kar yaratmadığını unutmamalıyız. Kur düştü diye yerinmeyip, kur çıktı diye sevinmemeliyiz. Kurlardaki oynamalar üzerinden elde edilecek kar ve zarar, zahiri bir yanılsamadır. Sizlerin de kurlardaki hareketten medet umarak değil, uzun vadeli stratejilerle yol almanızı şiddetle tavsiye ediyorum.”

Somalililerin sesi duyuldu

İslam alemini de yakından ilgilendiren Doğu Afrika’daki açık sorununa ilişkin de çağrı yapan

MESİAD Başkanı, milyonlarca Somalilinin açlıktan kıvrandığı bugünlerde Merterli işadamlarının yardım elinin uzanmasının önemine vurgu yaptı. Somalili açlar için, başta Türk Kızılayı’nın olmak üzere, TOBB ve TİM gibi çok sayıda kuruluşun yardım kampanyası başlattığını hatırlatan Akdoğan, duyarlı herkesin insanlık adına, bu felakete karşılaşanların sesine kulak vererek, mevcut kampanyaları desteklemesini istedi. İTHİB Başkanı İsmail Güllü, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ve tekstil sektörünün içinden yetişen CHP Genel Başkan Yardımcısı Umut Oran da sektörün Türkiye ekonomisindeki önemine değinerek, Somali kampanyalarına katılım çağrısında bulundular. Güngören Belediye Başkanı Şakir Yücel Karaman, AK Parti İstanbul Milletvekili Bülent Turan ve TİM Başkan Vekili Ahmet Akbalık ise yaptıkları konuşmalarında Ramazan’ın sevgi ve kardeşlik içinde birleştirici etkisine dikkat çektiler. Tekstil sektörünün saygıdeğer duayen isimlerinden Fikret Tanrıverdi ise okuduğu sevgi ve dayanışmayı anlatan şiirlerle iftar gecesine farklı bir lezzet kattı.

Laleli’deki kayıtdışı alışveriş azalacak

LASİAD’ın yeni yönetimi ve üyeleri de İstanbul Almada Otel’de düzenlediği geleneksel iftar yemeğinde buluştu. Gecede bir konuş-

ma yapan Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD) Başkan Gıyasettin Eyyüpkoca, “Lalelinin ihracattaki gücünü pekiştireceğiz ve 500 milyar dolar olan 2023 Türkiye ihracat hedefinin yüzde 5’ini sırtlayarak 25 milyar dolar ihracat gerçekleştireceğiz” dedi. Türkiye ile Rusya arasında imzalanan Basitleştirilmiş Gümrük Hattı’nın yakın süreçte etkin hale getirileceğine işaret eden LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, “Bu ay BGH’yi devreye sokacağız. Böylece Laleli’de kayıt dışı azalacak, işlemler ihracat kapsamına alınacak” dedi. Laleli’de bulunan 7 bin tedarikçi ve imalatçı firmanın 55 ülkeye ticari faaliyetini sürdürdüğüne dikkat çeken Eyyüpkoca, son dönemde Ortadoğu, Arap ve Afrika ülkeleri ile ticaret yapıldığını kaydetti. Laleli’de 20 binin üzerinde çalışan bulunduğuna işaret eden Eyyüpkoca, “Çalışanların çoğu yabancı uyruklu. Laleli’ye gelen önemli eleştirilerden biri de kaçak işçi çalıştırılması konusudur. Çalışma Bakanlığı ile yaptığımız işbirliği sonucunda buradaki yabancı çalışanların çalışma izni almasını sağladık” açıklamasında bulundu.

Hikmet Tanrıverdi: “Kurların düzeyi iyi”

Toplantıda konuşan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise Laleli’nin Türk tekstil sektörünün önemli merkezlerinden biri olduğunu ve kriz dönemlerinde ülkenin krizden çıkarak ihracatın artmasını sağladığını söyledi. Sektörü adına kurların son durumunu değerlendiren Tanrıverdi, “Kurların bu noktalarda kalması için baskımızı sürdürüyoruz. Türkiye’nin artık ithalatla değil üretmek için kurlar da ciddi bir rekabet aracı. Bunun için de kurların bu seviyeden daha aşağı inmesini umuyoruz. Uygulanacak ekonomik politikalar biraz daha üretime yönelik olacak diye bir beklentimiz var” diye konuştu. Tekstil ürünlerine



getirilen geçici ek vergi konusuna da değinen Tanrıverdi, özellikle Laleli, Osmanbey ve Merter’deki firmaların rahatsız olduğunu dile getirdi. Şu an geçici bir tedbir uygulandığını ve henüz sonuçlanmadığını belirten Tanrıverdi, sözlerini şöyle sürdürdü: “Bu konuda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Umuyorum iki ay içinde kesinleşecek. Özellikle boyasız ürünlerde ham kumaşlarda bir miktar daha aşağılara gelecek şekilde bir sonuç bekliyoruz. Kumaşta sıfır olsun istiyoruz. Rusya ile BGH’ye ilgili bir takım çalışmalar yapıyoruz. Bu konuda da daha hızlı bir şekilde uygulamaya geçilmesi ve Laleli’den yapılan satışların da ihracat sayılabilmesi açısından önemli birtakım gelişmeleri hep birlikte yaşayacağız.” ❖



Tekstil sektörünün içinden gelen CHP İstanbul Milletvekili Umut Oran, İHKİB Başkan Yardımcısı Kemalettin Güneş ile koyu bir sohbete daldı.



Ali AĞAOĞLU
Vatan Gazetesi Yazarı

SERT RÜZGARLARIN DALGALARINI YÖNETMEK ZORLAŞTI

BİR YANDAN KURLARDAKİ,
DİĞER YANDAN HAMMADDE
PİYASALARINDAKİ
HAREKETLİLİK, **DAR**
MARJLARLA İŞ YAPMAYA,
AYAKTA KALMAYA ÇALIŞAN
TEKSTİL SEKTÖRÜ İÇİN HAYATI
HİÇ KOLAYLAŞTIRMİYOR.
YAPILABİLECEK EN DOĞRU
HAREKET, MÜMKÜN
OLDUĞUNCA VOLATİLİTEDEN
KAÇINIP, **SİPARİŞ ANINDA RAZI**
OLUNAN KÂRİ EN AZINDAN
“GARANTİLEYECEK” RİSKTEN
KORUNMA YÖNTEMLERİNİ
KULLANMAK.



Hem yurtiçinde hem de yurtdışında meltemler fırtınalara dönüştü. 2008 yılında patlak veren ilk kasırganın yıkımını hissettirmemek adına atılan adımlar istenen sonuçları ver(e)medi! Amerikan ve Avrupa merkez bankaları piyasalara likidite vererek, finansal sistemin kilitlenmesini engellediler. Ancak verilen bu likidite bir yandan kamu kaynaklarının aşırı kullanılmasını, diğer yandan da özel sektör üzerindeki riskin kamuya aktarılmasına yol açtı. Riskin kamuya aktarılması, 2001-2008 arasında şişen balonun bir anda patlamasını engellemesine engelledi, ama sorunu ortadan kaldırmaya yetmedi. Sadece üç yıl kadar öteledi. Umulan bu süre zarfında gelişmiş ülke ekonomileri toparlanacak, istihdam artacak ve sorun zaman içinde hallolacaktı. Hatta bu toparlanma sırasında enflasyon da "makul" sayılabilecek seviyelere yükselecek, devletlerin vergi gelirleri artacak ve krizin çözümü için "aşırı kullanılan" kamu kaynakları da kabul edilebilir sınırlara geri çekilecekti.

Evdeki hesap çarşıya uymadı

Kamu eliyle sağlanan likidite (=bedava para) 'hayal edildiği gibi' reel ekonomiye aktarılmadı, finansal sistem içinde kaldı. Riskli yatırım yapmak üzere kurulmuş olan hedge fonları geçtim, kredi sağlamak amacıyla kurulmuş olan yatırım bankaları ve ticari bankalar da bu likiditeyi reel ekonomiyi desteklemek yerine yeni spekülasyonlarda kullandılar. Bir kısmı gelişmiş ülkelerin hisse senetlerine giderken önemli bir kısmı gelişmekte olan ülke piyasalarının borsalarına yöneldi. Ciddi getiriler elde ettiler. Bedava paranın bir kısmı da emtia piyasalarına yöneldi. Piyasalara verilen likiditenin "enflasyonu yaratacağını" hesap eden bazı fon yöneticileri, enflasyondan korunmanın en iyi yolunun emtia piyasalarına yatırım yapmak olacağı düşüncesiyle başta altın ve gümüş olmak üzere petrole, bakıra, mısı-



ra, pamuğa ya da şekere yatırım yaptılar. Bir kısmı finansal piyasalara güvenmeyip fiziksel mal alımına gitse de halen daha çok önemli bir kısmı finansa piyasalardaki kontratlara yatırım yapmayı tercih ettiler. Vadeli kontratlar aracılığıyla yapılan bu alımlar, zaman zaman spekülasyon (fiyatların artacağına –ya da düşeceğine yönelik alım ya da satım yapmak) ya da hedge (riskten korunma) boyutunu aşmış, manipülasyon(suni fiyat oluşturma) boyutuna ulaştı. Bunun birçok örneği var. Ama ilk başta dikkati çeken Ağustos 2010 – Nisan 2011 arasında onsu 17 dolarlardan 50 dolara çıkan gümüş, ile Mayıs 2010 – Şubat 2011 arasında poundu 13,1 sentten, 35,9 sente çıkan şeker yakın zamanda dikkati çekenler. Aralık 2008 – Nisan 2011 arasında varili 36 dolarlardan 126 dolara yükselen Brent petrolünün yükselişini artık herkes "normal" kabul ediyor. Normal kabul etmeyenler de bunun "Yeni Normal" olduğu söylenerek ikna (!) ediliyor! Ama eninde sonunda finansal piyasalar aracılığıyla emtia fiyatlarında yaşanan yükselişler ve beraberinde artan oynaklık (volatilité) bir yandan nihai kullanıcıların çok daha yüksek fiyatlar ödemesine, diğer yandan da yönetilmesi gitgide zorlaşan bir yapı oluşmasına neden oluyor.

Manipülasyonu yapanlar sektör dışı oyuncular

İşin garip tarafı fiyatların yükselmesine yol açan fon yöneticileri-

nin önemli bir kısmının işi, asla ilgili meta olmamış. Mısır kontratlarında alım yapanların çok azı yem üreticisi ya da hayvan yetiştiricisi. Ya da petrol kontratlarında alım yapanların çok önemli bir kısmı değil rafineri işletmek, bir rafinerinin yakınından dahi geçmemiştir. İşin bir başka garip tarafı da; ki manipülasyon boyutuna bu noktadan itibaren geçiliyor; işi asla bu emtialarla olmayan yatırım bankaları ve fonları bir süre sonra ilgili meta hakkında ya da tüm emtia piyasaları hakkında "neden fiyatların daha da yükselmesi gerektiğine" dair "raporlar" hazırlamaya başlıyorlar. Bir kısmını gerçekten inandıkları, bir kısmını da birilerini daha ikna etmek adına hazırlıyorlar. Önemli yatırım bankaları mahreçli bu raporların "uzaktaki" fon yöneticilerini de "bala çağırıldığını" kabul etmek gerekiyor. Bazen bu raporlar öylesine "inandırıcı" olabiliyor ki sanırsınız dünyanın sonu geldi, ya da o malın "kıtlığına kıran girdi". En son örneklerden birisi; Türk tekstilcilerini çok yakından ilgilendiren; pamukta yaşandı!

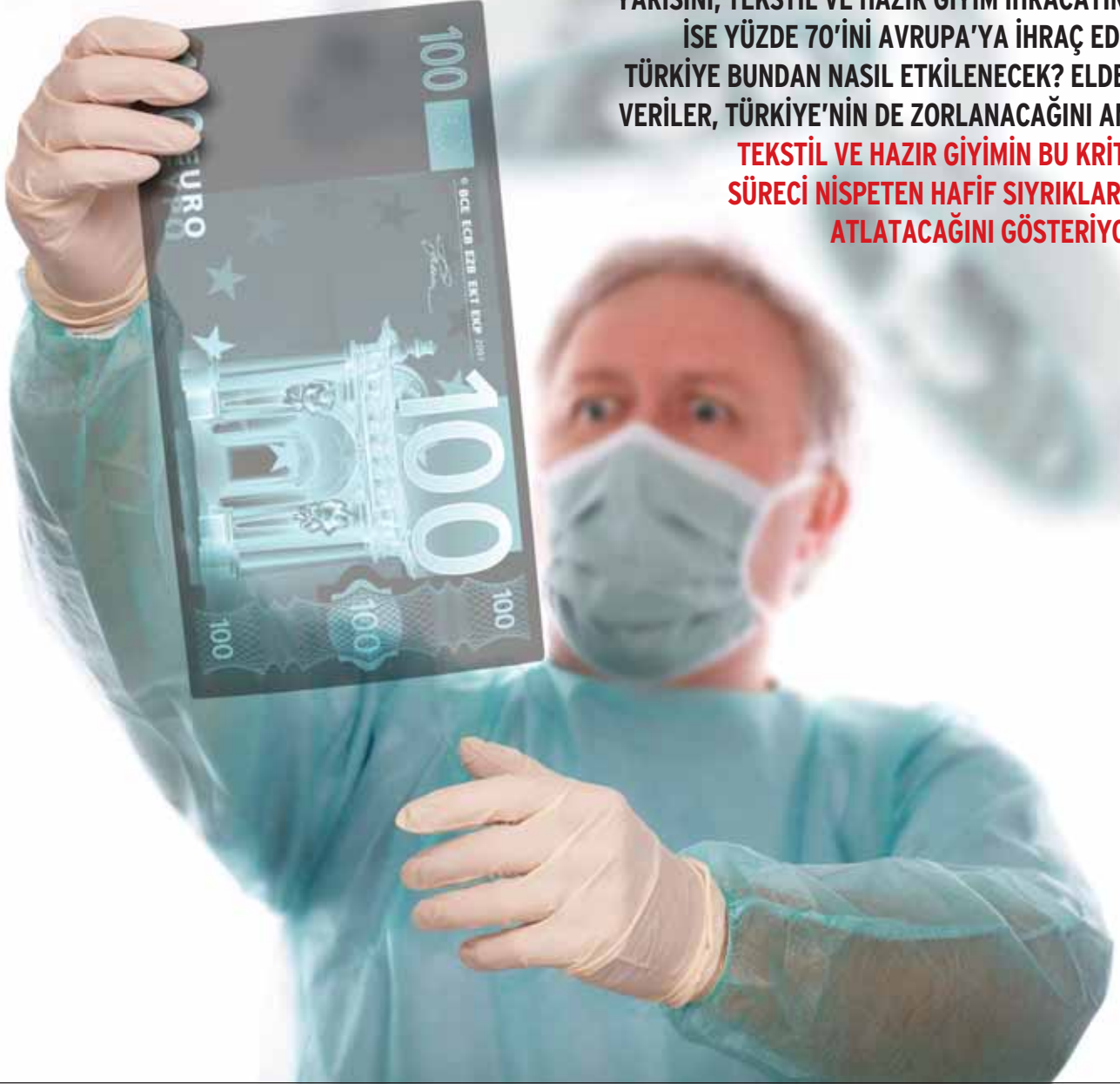
Pamukta yaşanan ralli

Grafikte de görüldüğü üzere pamukta 2010 yılında müthiş bir "ralli" yaşandı ve Temmuz ayında poundu 75 sent seviyesinde olan pamuğun fiyatı Mart 2011'de 2,19 dolara kadar yükseldi. Bir yandan Amerikan hükümetinin tarım dairesi, diğer yandan dünya pamuk konseyi pamukta dünya stoklarının tarihteki en düşük seviyelerine indiğini "rapor ettiler".

Diğer yandan Pakistan'daki kuraklığın da yeni mahsulü olumsuz etkilediğine dair "raporlar" yayımlandı. Tüm bunlar 2 dolarlık pamuk fiyatını "haklı" çıkarır görünürken, işler bir anda tersine döndü ve pamuk fiyatları yokuş aşağı indi. Temmuz ayında 93,50 sent seviyesine kadar gerileyen fiyatlar Ağustos ortasında zar zor 105 dolara çıkabildi. Atlanan çok temel bir nokta vardı. Pamuk, petrol ya da altın gibi sonlu bir kaynak değil! Her ne kadar üretimi doğal koşullara bağlı mevsimselliği olan bir ürün olsa da son yıllarda gelişen "teknik tekstil" sayesinde sentetik elyaf pamuğa çok ciddi bir alternatif/yedek oldu! Hülâsası finansal piyasalardaki hareketler günlük hayatımızı doğrudan etkilese de tamamının arz/talep dengesine bağlı olduğunu söylemek safdillik olacaktır. Özellikle son yıllarda emtia piyasalarında yaşananlar da bunun en iyi kanıtı! Bir yandan kurlardaki, diğer yandan hammadde piyasalarındaki hareketlilik dar marjlarla iş yapmaya, ayakta kalmaya çalışan tekstil sektörü için hayatı hiç mi hiç kolaylaştırıyor. Yapılabilecek en doğru hareket mümkün olduğunca volatiliteden kaçınıp, sipariş anında razı olunan kâr en azından "garantileyecek" riskten korunma yöntemlerini kullanmak. Belki her değişken için hedge imkânı olmayabilir, bu durumda da en azında yeterli araca sahip olan değişkenlerin riskleri hedge edilerek, risk parametreleri azaltılabilir! ❖

HASTA ADAM AVRUPA

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN EKONOMİSİ, YUNANİSTAN KANADINDAN KAPTIĞI VİRÜSLE HASTA OLDU. İRLANDA, PORTEKİZ DERKEN TÜM BÜNYESİNE YAYILAN SANCILAR, ŞİMDİ DE AVROYU TARTIŞILIR KILIYOR. PEKİ TOPLAM İHRACATININ YARISINI, TEKSTİL VE HAZIR GİYİM İHRACATININ İSE YÜZDE 70'İNİ AVRUPA'YA İHRAÇ EDEN TÜRKİYE BUNDAN NASIL ETKİLENECEK? ELDEKİ VERİLER, TÜRKİYE'NİN DE ZORLANACAĞINI AMA TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN BU KRİTİK SÜRECİ NİSPETEN HAFİF SİYRİKLERLA ATLATAÇAĞINI GÖSTERİYOR.



Avrupa Birliği, bugüne kadar hiç görmediği sorunlarla karşı karşıya. Bütün ülkelerde borsalar dalgalanıyor; kurlardaki dengesizlik yatırımcının karar almasını engelliyor; bir gün dolar, ertesi gün avro yükselişe geçiyor. 2010 yılının Mayıs ayında Yunanistan'da orta-

ya çıkan finansal krizden ardından AB'nin, IMF ile ortaklaşa yürürlüğe koyduğu önlemlerin üzerinden bir seneden fazla zaman geçti. Mali problemleri ortadan kaldırmak, ekonomiyi düzlüğe çıkarabilmek amacıyla kararlaştırılan ve 2014 yılına kadar geçerli AB ve IMF kaynaklı 110 milyar avroluk

yardım paketinin yarısından fazlası kullanıldı. Ama durum düzeleceğine, daha da kötüleşiyor. Yunanistan'da ortaya çıkan finansal krizi kontrol altına almaya çalışırken olayın boyutları genişledi. Önce İrlanda, ardından da Portekiz pes etti ve AB'den yardım talebinde bulundu. IMF ve

AB yetkilileri bir araya gelerek bu ülkeye yapılacak 80 milyar avroluk yardım paketini belirledi. Bu süreçte İspanya ve İtalya'nın durumu bile tartışılmaya başlandı. Yunanistan için geline son noktada, ülkenin 2014 yılı sonuna kadar borçlarını dondurabilmesi için 172 milyar avroya ihtiya-

cı olduğu kabul ediliyor. Bunun 57 milyar avrosu AB/IMF kaynağından, 30 milyar avrosu da, Yunanistan'ın özelleştirme programından karşılanacak. Geriye kalan 85 milyar avronun nasıl sağlanacağı ise henüz meçhul.

Almanya'da da durgunluk sinyali

Yavaş yavaş Avrupa Birliği'nin 27 üye ülkesine sirayet eden hastalık, ortak para birimi avronun, hatta AB'nin geleceğine ilişkin soru işaretlerini artırıyor. Gelen son haber, kıtanın en büyük ekonomisi Almanya'nın büyüme rakamının bu yılın ikinci çeyreğinde, bir önceki çeyreğe göre yüzde 0,1 artmasıyla nerede durgunluğa girmiş olması. Gelişmeler, AB'nin gündeminden hiçbir zaman düşmemiş olan, kuzey-güney tartışmasını da yeniden alevlendiriyor. Sorunun temelinde, Avrupa'nın güneyinde yer alan üye ülkelerin, kuzeydekilere nispeten daha fakir olmalarında yatıyor. AB için-

de yer alan ülkelerin ekonomileri arasında büyük farklılıklar var. Almanya ve Fransa gibi, AB bütçesine en büyük katkıyı yapan ülkeler, güneyin yükünü taşımak, Yunanistan örneğindeki gibi mali disiplin açısından sorumsuz davranışların avroyu tehlikeye atmasına göz yummak istemiyorlar. Bu nedenle alınan kararların en önemlilerinden biri, avro bölgesindeki tüm ülkelerin, bankacılık ve diğer mali konulardaki yapısal reformlarını tamamlamaları, tasarruf tedbirlerini uygulamaya koymaları ve bütçe disiplininin hiçbir şekilde sapma göstermemeceklerini taahhüt etmeleri oldu. Bu tedbirlerin yanı sıra AB, yaşananlardan ders çıkartıp, IMF benzeri "European Monetary Fund - EMF" adında bir yapı oluşturmayı planlıyor. Almanya ve Fransa'nın öncülüğünde başlayan çalışmalar daha ziyade ileriye dönük. Avro Bölgesi'ndeki ekonomik işbirliğini daha da geliştirerek, sorun yaşayan ülkelere anında yardım sağlayacak bir sistem hedefleniyor.

"Almanya ve Fransa avrodan vazgeçmez"

Uzun yıllardır Avrupa Birliği'nin nabzını başkentinde tutan İTKİB'in Brüksel Temsilcisi Haluk Özelçi, Yunanistan'da meydana gelen mali ve ekonomik sorunların AB'yi ne kadar sıkıntıya soktuğunu liderlerin toplantı trafiğinden anlaşılabilirliğini söylüyor. "İrlanda ve Portekiz'in ardından İspanya ve hatta İtalya'nın mali yapısında, bankacılık sektöründe ortaya çıkan problemler eklenince, işin içinden nasıl çıkılacağını kimse bilemiyor" diyen Özelçi, Merkel ve Sarkozy basta olmak üzere, AB liderlerinin karar almakta gecikmesinin sokaktaki vatandaşları endişeli bir bekleyişe soktuğunu belirtiyor. Avronun geleceğinin tartışmaya açılmasının güven ortamını zedelediğini kaydeden Özelçi, sorunlu banka sayısındaki artışın, kredi akışına ve faizlere, dolayısıyla tüm piyasaya olumsuz yansıdığını kaydediyor. Almanya ve Fransa'nın avrodan

vazgeçemeyeceğini ve sonuna kadar destekleyeceklerini savunan Özelçi, "Parasal birliğin sona ermesi, ulusal para birimlerine geri dönüşe yol açacak, bir bakıma AB tartışmaya açılacaktır. Belki, sistem içinde yer alan ülkelerle veya sistemin işleyişiyle ilgili, iki vitesli AB gibi radikal kararlar alabilirler, ama çöküşün önüne geçmek için sonuna kadar mücadele edeceklerini tahmin ediyorum" şeklinde konuşuyor.

Yunanistan'a cömert, Türkiye'ye cimri

AB merkezli son dönemdeki tüm müdahalelerin ve alınan kararların Yunanistan'ı ayağa kaldırma operasyonu olarak nitelendirildiğini, ama aslında esas konunun, avroyu kurtarma operasyonu olduğunu belirten Özelçi, Yunanistan'a ilişkin tabloyu şöyle anlatıyor: "Olayın başına dönerssek, şu soruların cevapları hala verilemiyor: Nasıl olur da bir ülke, sürekli olarak hileli bilanço, yanıltıcı ödemeler dengesi rakamları gibi her tarafı sahte bir mali tabloyu, AB Komisyonu'nun çok değerli hesap kontrolörlerinin, uluslararası finans kuruluşlarının gözünden kaçırabilir? Buna, sorumsuzluk mu, vurdumduymazlık mı demeli, yoksa bu işte bir kasıt mı aramalı? Yunanistan'a kızalım, ama AB'ye ne demeli acaba? Yunanistan, Topluluğa 1981 yılında katıldı. AB, önceleri Yunanistan'a, bütçe açıklarını kapatmak, mali yapısını dengede tutabilmek için her yıl 3 milyar ecu düzeyinde mali yardım yaptı. Ardından, 1994-99, 2000-06 ve 2007-13 dönemlerini içeren sürelerde yapısal fonlar adı altında 68 milyar avro destek sağladı. Başka bir deyişle ortalama bir hesapla, 1981 yılından bu yana, Yunanistan'ın Topluluktan, proje fonları da dahil çeşitli başlıklar altında aldığı desteklerin toplamı yaklaşık olarak, 200 milyar avro düzeyinde. Bu yardımlar, bütçe açıklarını kapatmak, mali ve alt-



Almanya ve Fransa gibi, AB bütçesine en büyük katkıyı yapan ülkeler, güneyin yükünü taşımak, Yunanistan örneğindeki gibi sorumsuz davranışların avroyu tehlikeye atmasına göz yummak istemiyorlar.

yapıyı güçlendirmek, bölgeler arasındaki farklılıkları ortadan kaldırmak, tarımı desteklemek üzere verildi ve verilme-ye devam ediyor. Buna karşılık, 1981 yılından bu yana geçen süre içinde Yunanistan'ın AB'ne olan katkısı ne diye sorulursa, verilecek cevap 'hiçbir şey'dir. Yunanistan'a karşı her zaman çok cömert olan AB, konu Türkiye olunca, birden cimrileşiyor. Bin dereden su getirmeye başlıyor. Türkiye'nin üyeliği halinde bütün kaynakların bize akacağı, bunun AB'nin sonu olacağı gibi korku hikayeleri anlatılmaya başlıyor.

AB Komisyonu'nda, Türkiye masası dahil kimse çıkıp da dürüstçe, Türkiye'nin AB'den alacağı yardımların yanı sıra, Topluluğa ne büyük bir katkı yapacağını söyleme dürüstlüğü-nü göstermiyor."

Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü daha az zarar görecektir

Avrupa Birliği, ABD ile birlikte dünyanın tekstil ve hazır giyim açısından en büyük ithalat pazarlarından biri konumunda. AB ülkelerinin 2010 yılındaki toplam tekstil ve hazır giyim ithalatı, 83,7 milyar avro düzeyinde. ABD'nin, aynı dönemdeki toplam dışalımını ise 67 milyar avro (93,2 milyar dolar) seviyelerinde. AB'deki sorunların artmasının doğal olarak talebin gerilemesini de beraberinde getire-

ceğini ifade eden Özelçi, bundan en çok, AB pazarında en önde gelen Çin, Hindistan, Pakistan, Bangladeş gibi tedarikçi ülkelerin zarar göreceğini söylüyor.

"Avrupa'daki sorunların çözülmemesi, dünyadaki tüm ekonomilere olumsuz yönde yansıtacaktır. Pazarlar daralacak, bundan en çok tekstil ve hazır giyim ihracatçıları etkilenenlerdir" diye konuşan Özelçi, gelişmelerden Türkiye'nin de etkilenmesinin kaçınılmaz olduğunu belirtiyor. Buna karşın, AB ile Türkiye arasındaki Gümrük Birliği ve yürütülen tam üyelik müzakerelerinin böyle olumsuz bir senaryo karşısında Türkiye'yi diğer üçüncü ülkelere kıyasla daha avantajlı kıldığını düşünen Özelçi, "Avrupa'daki ithalatçı ile yıllardır süregelen güvene dayalı ilişkimiz, Topluluk ülkelerine olan coğrafi yakınlığımız, hızlı teslim, kaliteli mal gibi üstünlüklerimiz, bizim artılarımız olarak ortaya çıkıyor" şeklinde konuşuyor. Haluk Özelçi, diğer bir önemli konunun da, Türkiye'nin AB'deki Euratex, Eurocoton, AIUFFASS, CIRFS gibi sektör kuruluşlarına üyesi olması olduğunu vurguluyor. Özelçi'ye göre bu durum, Türk tekstil ve hazır giyim sanayine, AB'nin ticaret politikasına ilişkin kararlarına öncelikle ulaşma ve bu kararları etkileme imkanı tanıyor. Türkiye'nin toplam tekstil ve hazır giyim ihracatının yaklaşık yüzde 70'inin AB'ye yönelik olduğunu ve avro bölgesindeki sorun-



İTKİB Brüksel Temsilcisi Haluk Özelçi Avrupa'daki daralmanın, Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünü daha az etkileyeceği görüşünde.

ların artmasının ihracatımıza olumsuz yansımalarının olabileceğini kaydeden Özelçi, buna rağmen sektörlerin son dönemlerde tek bir pazara odaklanma yerine, pazar çeşitlenmesine büyük önem verdiğine değinerek, buna örnek olarak Ortadoğu, Afrika ve Güney Amerika ülkelerine yapılan ziyaretler ve imzalanan ikili ticaret anlaşmalarını veriyor. Özelçi, dünya tekstil ve hazır giyim sektörlerinde safların yeniden belirlendiğini, alt kalite "basic" olarak tanımlanan malları, Çin, Bangladeş, Pakistan, Vietnam ve Hindistan gibi ülkeler üretip,

Türkiye'nin ise orta ve üst sınıfta yer alarak, artık bu pazarın dışına kaldığına dikkat çekiyor. On sene evvel sadece birkaç firmasının kabul edildiği Premiere Vision Fuarı'na 2011 yılı ilkbahar döneminde 51 Türk firmasının katıldığını örnekleyen Özelçi, "Desen ve modada farklılıklar yaratılıyor. Sektör, pazarı büyütmenin yolunun, yenilikten, yaratıcılıktan, kaliteden geçtiğinin bilincinde. Bu kapsamda sektörün geleceğinde önemli yer tutacak bir başlık da, teknik tekstiller. Bu alana yapılan yatırımların büyük getiri sağladığı görülüyor" diyor. ❖

PARA TÛCCARINDAN RADİKAL TAVSİYE: YUNANİSTAN VE PORTEKİZ AB'DEN ÇIKSIN

Bu tür kriz durumlarında acaba ne diyecek diye mikrofon uzatılan ABD'li ünlü yatırımcı George Soros, Yunanistan ve Portekiz'in Avro Bölgesi ve Avrupa Birliği'nden çıkmasının en iyi çözüm olacağını savunuyor. Avrupa ülkelerinde yaşanan borç krizi endişelerine para sihirbazı olarak adlandırılan Soros'tan radikal bir çözüm önerisi geldi. Alman dergisi Spiegel'e konuşan Soros, AB ve Avro Bölgesi'nin hayatta kalmak için, yola Yunanistan ve Portekiz olmadan devam etmesi gerektiğini kaydetti. AB-IMF borcu karşılığı söz verdikleri reformları yürürlüğe koymakta zorlanan Yunanistan ve Portekiz'de, hala borcun yüksek seviyelerde olduğunu belirten Soros ayrıca, Avro Bölgesi tahvillerinin çıkarılması için zamanın geldiğini de savundu.



Gögüs Dolgu

Dünyanın en iyi gögüs dolgusu



- 40°C veya 60°C de yıkanabilir
- Fitillik, thermal & ilaçlı dolgular
- 30 - 114 g/m²
- Farklı renkler
- İlaçlı / ilaçsız
- İpli veya düz gögüs dolgu



Dudullu Organize San. Bol. 3.Cadde no: 18/1
34776 Esenşehir / Ümraniye / İstanbul

Tel : +90 216 527 37 10 • Fax: +90 216 527 37 78

Email: info@lupoteks.com



Textil Group

in cooperation with

www.nh-textil.com



Haluk ÖZELÇİ
İTKİB Brüksel Temsilcisi
itkib.bxl@skynet.be

AVRUPA BİRLİĞİ ON YIL ÖNCE KOYDUĞU AR-GE'YE AYRILACAK PAY HEDEFLERİNİ TUTTURAMADI. HEDEFİ SADECE FİNLANDIYA VE İSVEÇ AŞABİLİRKEN, BÜYÜK EKONOMİLERİN AR-GE'YE AYIRDIĞI PAYLAR SÜREKLİ GERİLİYOR.

MALİ KRİZDEKİ AVRUPA AR-GE'YE PAY AYIRMAZ OLDU

AB'nin, 2000 yılında ilan ettiği Lizbon Strateji belgesinde, 2010 yılında Ar-Ge harcamaları için öngörülen hedef, toplam GSH'nin yüzde 3'ü olarak belirlenmişti. Dönem içinde bu hedefin epey altında kaldı. Örneğin, 2002'de AB'nin, toplam GSH'sinin sadece yüzde 1,87'sine ulaşan Ar-Ge harcamaları, 2003-2007 arasında yüzde 1,82'ye kadar geriledikten sonra, 2008'de yüzde 1,92 ve 2009'da yüzde 2,01 düzeyine ulaştı. Daha sonra, 2010 yılında açıklanan 2020 strateji belgesinde de, AB 27'lerin Ar-Ge hedefi, yine yüzde 3 olarak ilan edilmişti.

Ama AB ülkeleri arasında, Topluluğun koyduğu yüzde 3 hedefinin üstüne sadece iki ülke çıkabildi. Ar-Ge harcamalarına GSH'dan en büyük payı, yüzde 3,96 ile Finlandiya ve yüzde 3,62 ile İsveç ayırıyor. Öte yandan, 2002 ile 2008 yılları arasında Topluluk ülkelerinin Ar-Ge'ye yaptıkları toplam harcamalar 318 milyar avro olarak gerçekleşmişti. AB 27'lerin 2008 yılında Ar-Ge harca-

malarna ayırdıkları pay ise 89,7 milyar avro oldu. En çok harcama yapan ülkeler, Almanya 19,8 milyar avro, Fransa 14,6 milyar avro, İtalya 9,9 milyar avro, İngiltere 11,7 milyar avro, İspanya 11,6 milyar avro, Hollanda 4,2 milyar avro, İsveç 2,6 milyar avro. Buna karşı dünyada Ar-Ge'ye en çok pay ayıran ülke Japonya. Bu ülkenin 2008 yılında Ar-Ge'ye ayırdığı pay, GSH'sinin yüzde 3,44'üne, başka bir deyişle, 23,4 milyar avroya eşit. Aynı dönemde ABD'nin Ar-Ge harcamaları ise, GSH'nin yüzde 2,77'sine yani 96,8 milyar avroya denk geliyor.

Tekstil Ar-Ge'sine en çok Almanya para harcıyor

AB'de 2008 yılında AR-GE harcamalarının yüzde 55,4'ü sanayi işletmeleri tarafından gerçekleştirilmiş. Toplulukta yer alan ülkelerin çoğunda üretim sektörü, Ar-Ge faaliyetlerinin en yoğun olduğu alan olarak görülüyor. Örneğin Almanya ve Slovenya'nın, 2008 yılındaki

toplam Ar-Ge harcamaları içinde imalat sektörünün payı, sırasıyla yüzde 90 ve yüzde 86 seviyelerinde. Aynı dönemde AB'deki Ar-Ge harcamalarının sektörel dağılımında öncelikleri, yüzde 30,1 ile bilim teknolojileri, yüzde 11,5 ile savunma sanayi, yüzde 11,4 ile imalat sanayi, yüzde 7,9 ile sağlık alıyor. Ardından, uzay araştırmaları yüzde 4,2, enerji yüzde 3,5, çevre yüzde 2,9 gelmekte.

Topluluk ülkeleri içinde 2008 yılında tekstil ve hazır giyime yönelik AR-GE harcamalarına en fazla payı 2,2 milyar avro ile Almanya ayırmış. İspanya'nın bu sektöre (tekstil, deri ve ayakkabı dahil) yaptığı harcamalar 91 milyon avro. Belçika ise 2008 yılında tekstilde AR-GE'ye 38,9 milyon avro, hazır giyimde (kürk ve deriden mamul ayakkabı dahil) 7,5 milyon avro harcama gerçekleştirmiş. Son yıllarda, sektörün küçülmesiyle beraber, İngiltere'nin tekstil ve konfeksiyon Ar-Ge harcamalarına ayırdığı pay 10 milyon sterline kadar gerilemiş durumda.

JAPONYA İLE STA ÇOK YAKIN

AB Komisyonu, Japonya ile ticari ilişkilerin geliştirilmesine büyük önem veriyor. Bu nedenle, Japonya ile bir Serbest Ticaret Anlaşması yapılmadan önce, pazara giriş aşamasında karşılaşılan sorunların belirlenmesi ve hangi sektörlere ağırlık verilmesi gerektiği amacıyla bir araştırma başlattı. Komisyon, bundan önceki benzer araştır-

malarda olduğu gibi Japonya pazarında karşılaşılan sorunlar konusunda Topluluk sanayinin görüşlerini almadan bir karara varmak istemiyor. Bu kapsamda, menşe kuralları, standartlar, gümrük tarifeleri, hizmetler, yatırımlar, fikri mülkiyet hakları vs. konularında bu pazarda AB sanayinin karşılaştığı tarife dışı engellerin, kısa süre içinde belir-

lenmesini talep ediyor. Japonya ile AB arasında 2010 yılında gerçekleşen toplam dış ticaret 109 milyar avro seviyesinde. AB ithalat pazarında Japonya 6. sırada yer alıyor ve bu ülkeden yapılan dışalımın toplamı 65 milyar avro. AB'nin, Japonya'ya ihracatı ise, 44 milyar avro ve toplam ihracatın yüzde 3,2 sini oluşturmaktadır.

Sürdürülebilir hizmet

“Otomatik Veri Toplama ve Tedarik Zinciri Yönetimi” yani bilinen adıyla “Barkod Sistemleri”nin şirket içi ve dışı ürün takip ve raporlamada sağladığı verim tartışılmazdır. Sağlanan verimin sürekliliği ve sisteminizin gelişen teknoloji karşısında yetersiz kalmaması ise, **doğru çözüm ortağı** ile mümkün olur.



LÜTFEN BARKODU TARATINIZ

- » ERP Yazılımları
- » Network Güvenlik Yazılımları
- » Barkod Yazıcılar
- » El Terminalleri
- » Barkod Okuyucular
- » Barkod Etiketleri
- » Teknik Destek Hizmetleri

AVEG DIŞ TİCARET TEKS. LTD. ŞTİ.

A. Nafiz Gürman Mh. Mete Sk. No: 59/1 C Merter 34173 Güngören - İSTANBUL

T +90212 539 28 68 F +90212 556 35 77 E info@barkodturk.com W www.barkodturk.com

 **TURK**[®]

“Türkiye'nin Barkod Sistemi Danışmanı”

KIDEM TAZMİNATINDA AKLIN YOLU BİR



UZUN YILLARDAN BU YANA İŞÇİDEN PATRONA KADAR İŞ DÜNYASININ EN BÜYÜK SORUNLARINDAN BİRİ OLARAK ORTADA DURAN **"KIDEM TAZMİNATI"** YERİNİ YENİ KURULACAK FONA BIRAKIYOR. KIDEM TAZMİNATINDA BULUNAN YENİ FORMÜL YASALAŞMASI HALİNDE, **İŞÇİNİN TAZMİNATI GÜVENCE ALTINA ALINIRKEN, İŞVEREN DE EKONOMİK ANLAMDA RAHATLAYACAK.**



HEDEF'İN HABERİ SES GETİRDİ

İki ay önce Hedef Dergisi tarafından hazırlanan "İşçi de Mutsuz İşveren de" başlıklı kıdem tazminatı haberi kamuoyunda büyük yankı uyardı. İHKİB Denetim Kurulu Üyesi Birol Sezer'in görüşleri çerçevesinde hazırlanan haberde çalışma yaşamının ortak derdi olan kıdem tazminatı tüm yönleriyle ele alınarak, fon modelinin gündeme taşınmasının kaçınılmaz olduğuna dikkat çekildi. Konunun gündeme getirilmesinin ardından hükümetin üzerinde çalışma başlattığı "kıdem tazminatı fonu" işçi ile işvereni ortak bir paydada buluşturdu.



Calışma hayatının en önemli sorunlarından biri olan kıdem tazminatı, 2003 yılında yasada yerini bulan kıdem tazminatı fonu ile çözüme kavuşturulacak. İşçilerin büyük çoğunluğunun alamadığı ve işletmelerin üzerinde ödeme baskısı oluşturduğu gerekçesiyle kıdem tazminatını kaldırma kararı alan hükümet, kıdem tazminatının yerine fon kurulması konusunu yeniden gündeme getirdi. Buna göre; "61. Hükümet Programı'nın işsizlikle mücadelede ayrılan bölümüyle 'kıdem tazminatı', kazanılmış hakları koruyan ve bütün işçilerin kıdem tazminatlarını garanti altına alan yeni bir fonla çözüme kavuşturulacak. İşverenin her ay personel başına belli bir prim ödeyeceği bu fonda, işten çıkarılan çalışan, tazminatını patronu yerine bu fondan alacak. Devlet güvencesinde olacak fonla birlikte aynı zamanda hükümet; "güvenceli esneklik" anlayışı ve işi değil, insanı koruma ilkesinden hareketle part time işçi, evden çalışma, çağrı üzerine çalışma gibi çalışma modellerini de hayata geçirecek. Yapılan değişikliğin kıdem tazminatının kaldırılması anlamına gelmediği söylenirken, bu değişimin kazanılmış haklara gölge düşür-

meyeceğine de dikkat çekiliyor. Kazanılmış haklara gölge düşürmek bir yana fonun hayata geçmesiyle işçilerin kıdem tazminatlarını almalarının garanti altına gireceği belirtiliyor.

Fon modeli nasıl işliyor?

Kıdem tazminatında yeni formül olarak nitelendirilen kıdem tazminatı fonu, işçinin tazminatı güvence altına alırken, işvereni de ekonomik anlamda rahatlatıyor. İşverenin yeni kurulacak fona her ay personel başına belli bir yüzde oranında prim ödemesi öngören taslakla işten çıkarılan çalışan, tazminatını patronu yerine bu fondan alacak. Kıdem tazminatını devlet güvencesi altına alan formülde kendisi için 10 yıl prim ödenen kişiler ise işten çıkarılmasa bile istediği zaman fondaki parasını alabilecek. Emekli olanların da kıdem tazminatını fondan almasını öneren formülde fonun yasalaşacağı tarihe kadar olan alacakların kazanılmış hak olduğundan işveren tarafından ödemesini öneriyor.

İşveren fona, fon işçiye ödeyecek

Şu anda taslak halinde olan kıdem tazminatı fonu hem işçi, hem de işveren için bir takım

avantajları beraberinde getiriyor. Kıdem tazminatının işverence değil, fon tarafından işçiye ödenecek olması fonun işçi için olumlu olan yönlerinden biri olarak gösteriliyor. Burada işverenin işçi adına fon primini ödemiş olup olmasının bir önemi bulunmuyor. Çünkü işveren çalışan için fona para yatırmamış olsa bile, işçi şartları uygun olduğu sürece parasını fondan alabiliyor. Bu noktada kıdem tazminatının borçlusu işveren değil fon oluyor. Kıdem tazminatında yapılan değişiklikle çalışanın son beş yıllık ücret ortalamasına göre fona prim ödenen her yıl için bir brüt maaş tutarında ödeme yapılacağı belirtiliyor. Kıdem tazminatı fonunun işçi ve işverene yansımalarının nasıl olacağını Hedef Dergisi'ne anlatan Sosyal Güvenlik Müşaviri Ali Tezel, fonun işçi için olumlu ve olumsuz yönleri olduğu gibi işveren için de aynı durumun geçerli olduğunu söylüyor. Yapılacak değişiklikle çalışanın her dönem kıdem tazminatlı olacağına dikkat çeken Tezel, bir işyerinde birkaç ay çalışıp daha sonra ayrılan bir kişinin ömür

boyunca kıdem tazminatı alabileme hakkı doğacak diyor. Tezel, "Şu andaki uygulamada bir işyerinden kıdem tazminatı alabilmek için aynı yerde en az bir yıl çalışmış olmak gerekiyor. Fon gelirse işveren tıpkı SSK primi öder gibi her ay fona para öde-



Ali Tezel: "Fon gelirse işveren tıpkı SSK primi öder gibi her ay fona para ödeyecek."



Türkiye’de son üç yılda işinden ayrılan 2,5 milyon çalışanın yalnızca yüzde 7,8’inin kıdem tazminatı aldığı söyleniyor. Kıdem tazminatı konusunda işçi ve işvereni ortak bir paydada buluşturan kıdem tazminatı fonu ile bu rakam iyileştirilmeye çalışılıyor.

yecek ve işyerinden kıdem tazminatı alacak şekilde ayrılma olmasa bile fonda kişi adına para birikecek” diyor. Fon ile ilgili düzenlemenin henüz taslak aşamasında olduğu beliren Tezel, getirilmek istenen düzenlemeye göre herkes için fona ödenecek priminin kendisi-

ne ait olacağını yani kişisel hesap tadında olacağını dile getiriyor.

Fondan üç şekilde para çıkacak

Şimdiki durumda 1475 sayılı İş Kanunu’nun 14’üncü maddesine göre, en az bir yıl aynı işyerinde çalışmış olmak kaydıyla, işten

ayrılma halinde yedi hal ortaya çıktığında işçi kıdem tazminatını alabiliyorken, taslağın yasalaşması halinde fondan üç şekilde para alınabilecek. Buradan hareketle işçi, emekli olunca kendisi, ölünce geride kalanları ve fonda adına 10 yıl prim ödendiğinde isteği üzerine ken-

disine ödeme yapılacak. 1475 sayılı İş Kanunu gereğince işçiye son brüt ücreti tutarında her yıl için bir brüt maaş kıdem tazminatı ödeniyor ama bu rakamın da tavanı var. Buna göre tavan, en yüksek devlet memuru olan Başbakanlık Müsteşarı’na ödenen bir yıllık ikramiye kadar



HİKMET TANRIVERDİ
İHKİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI

HÜKÜMETİN YAKLAŞIMINI DESTEKLİYORUZ

Mevcut kıdem tazminatı uygulaması, hem emek yoğun çalışan işletmelere taşınamayacak mali bir yük getiriyor hem de ortaya çıkan fiili durumlar işçinin bu haklardan yararlanmasını engelliyor. Burada asıl amaç işçilerin haklarını alabilecekleri adil ve taşınabilir bir sistem kurmak. Kriz dönemlerinde kapanan firmalarda çalışan işçiler kıdem tazminatlarını alamadılar. Yapılan araştırmalara göre kıdem tazminatı alan işçi sayısı yüzde 10 civarında.

Bu işin fona devredilmesi asil olarak çalışanlara yarayacak. Örneğin bir yıldan az bir süre çalışanlar bu hakka sahip olamıyorlardı. Oysa yeni düzenleme ile iki ay bile çalıştığında bir hak kazanmış olacak. Pek çok çalışan mutsuz olduğu işletmede kıdem tazminatı hakkını kaybetmek için çalışıyor. Bu her iki taraf için de zor bir durum. Yapılacak yeni düzenleme ile bu durumun da önüne geçi-

lebilir. Daha pek çok işçi lehine uygulama var. Sendikaların buna neden karşı çıktıklarını anlamak zor. Mevcut durumda işveren açısından da çok zor durumlar ortaya çıkıyor. 10 yıllık bir işletmeyi kapatmaya kalktığınızda fabrikayı satsanız çalışanların kıdem tazminatını karşılamıyor. Bu sağlıklı bir gidiş değil ve her iki tarafa da zarar veriyor. Biz hükümeti çok kararlı görüyoruz ve yaklaşımını destekliyoruz. Her türlü katkıyı vermeye de hazırız.



Dr. Resul Kurt, istihdam maliyetlerinin yüksek olduğu ülkemizde kıdem tazminatı ödenebilirliğini sağlamak adına uygun bir çözüm bulunması gerektiğini söylüyor.



ÖMER CİHAD VARDAN
MÜSİAD GENEL BAŞKANI

MÜSİAD DA FONUN DESTEKÇİLERİ ARASINDA

Kıdem tazminatı meselesinin, işçi, işveren ve ülke ekonomisi açısından oluşturduğu sorunları ortadan kaldırmak maksadıyla hazırlanan "kıdem tazminatı fonu"nun uygulamaya geçirilmesini MÜSİAD olarak destekliyoruz. Her ne kadar, işveren, kanun gereği çalışanın hakkı olan kıdem tazminatını ödemekle yükümlü olsa dahi, eğer işletme maddi zorluklara girdiyse, bu hakkın ödenmesinde sıkıntılar oluşuyor ve çalışanlar mağdur oluyor. Dolayısıyla, çalışanlar açısından düşünüldüğünde, hayata geçirilecek bir fon sayesinde kıdem tazminatı, işverenin ödeyeceği aylık primlerle, devlet güvencesi altına alınacak. Ayrıca, kıdem tazminatının bir fona devredilmesiyle, işverenlerin, işçileri, biriken tazminat yükünden dolayı işten çıkarması gibi muhtemel olumsuz durumlar ve dolayısıyla istihdam güvencesizliği ortadan kalkacaktır. İşverenler açısından bakıldığında ise, oluşturulacak yeni sistemde, kıdem tazminatı maliyeti zamana yayılacağı için bu yükün ani etkisi zayıflayacaktır. Böylelikle, işe almalar ve işten çıkarmalar daha rasyonel ve üretimle irtibatlı hale gelecek. Bu ayrıca işletmelerin, gelecek ile ilgili yapacakları yatırımlarda daha rasyonel bir şekilde karar vermelerini sağlayacak. Bütün bunların yanında kurulacak fon sistemi, mevcut sistemin sebep olduğu kayıt dışı istihdam ve işsizlik gibi sorunların giderilmesinde de önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla, MÜSİAD olarak kıdem tazminatı fonu tasarısının bir an önce hayata geçirilmesinin ülkemize yarar getireceğini düşünüyoruz.



oluyor. 2011 yılı ikinci dönemi için 2 bin 731 TL olan bu tavan fonun yasallaşması halinde SGK'ya bildirilen tavan ücret olan 5 bin 440 TL baz alınacağı için işçilerin fondan alacağı tazminat da artmış olacak. Kıdem tazminatı fonunun uygulamaya girmesi halinde işveren işçileri için fona her ay SGK'ya bildirdiği kazanç toplamının yüzde 4 veya 8'i kadar fona prim ödeyecek. Fonla işverenin doğrudan işçilerine kıdem tazminatı ödemesi yapmayacağını söyleyen Tezel kıdem tazminatının borçlusunun fon olacağını bu nedenle işyerlerinin kıdem tazminatı yükü altında kalmayacağını belirtiyor. Mevcut uygulamada, iş yerinden kıdem tazminatı alacak şekilde çıkan veya işten çıkarılana kıdem tazminatı ödemek zorunda olan işverenin fonun devreye girmesi halinde işten çıkan veya çıkarılana kıdem tazminatı ödemek zorunda kalmayacağını kaydeden Tezel, "Bu durumda işveren işten çıkarma konusunda tereddüt etmeyecek. Ayrıca, askere gidene, evlenene, emekli olana da kıdem ödemek zorunluluğu olmayacak" diyor.

İşçi ile işveren arasında hassas denge

İş mahkemelerinin en büyük konularından birini işçilerin, işverenlerinden alamadıkları kıdem tazminatı davaları oluşturuyor. Kıdem tazminatı fonu gelirse işçilerin, işten çıkma/çıkarılma durumlarında kıdem tazminatı borçluslu işveren olmayacağı için işveren bu tür davalarla zaman kaybetmeyecek. Kıdem tazminatı fonunun işveren için bir takım olumsuzlukları da beraberinde getireceğini söyleyen Tezel, "Kıdem tazminatının özelliklerinden birisi de, işçinin işyerine ve işverene bağlılığının ödülü olması yani işçi işyerine ve işverene ne kadar uzun süre bağlı kalırsa o kadar çok kıdem tazminatı alacaktır. İşte, kıdem tazminatı bugünkü özelliklerini kaybederse yani kıdem tazminatı kaldırılıp, yerine kıdem tazminatı fonu kurulduktan sonra artık işçinin işyerine ve işverene bağlılık özelliği sona erecektir" diye konuşuyor. Kıdem tazminatını düşünen işçinin kolay kolay işini bırakmayacağını belirten Tezel, bu konuyu da şu örnekle açıklıyor; "Bir işyerinde aylık 1000 lira ile 5 yıldan beri çalışan bir işçiye karşı fabrikadan 100-200 lira daha fazla ücret veril-



KIDEM TAZMİNATI FONU'NUN YASALAŞMASI HALİNDE

- İşçi istifa bile etse kıdem tazminatı birikecek ve hak ettiğinde bu süreler için fondan ödeme yapılacaktır,
- İşveren iflas etse veya ödeme gücüne düşse bile işçinin kıdem tazminatı hakkı yanmayacaktır,
- Bir yıldan az çalışanlar da kıdem tazminatından yararlanacak,
- Özellikle özel ve kamu sektöründe temizlik, güvenlik gibi taşeronluk hizmetlerinde çalışanlar da kıdem tazminatına hak kazanacak,
- İşçi alamadığı kıdem tazminatı için mahkemelik olmayacak, dava masrafı ödemek zorunda kalmayacaktır.
- Kıdem tazminatı hakkı olmayan İş Kanunu kapsamı dışında kalan işçiler de kıdem tazminatından yararlanabilecek,
- Halen 2 bin 731 TL olan kıdem tazminatı tavanı 5 bin 440TL'ye çıkacaktır ve yüksek ücretli işçi daha fazla kıdem tazminatı alacaktır.
- İşverenler kıdem tazminatı fonuna aylık ödeme yapacakları için kıdem tazminatı yükü oluşmayacaktır,
- İşveren işçisiyle kıdem tazminatı için mahkemelik olmayacaktır,
- İşveren, işçiyi işten çıkartırken kıdem tazminatı yükünü düşülmeyecektir.
- Kıdem tazminatı almak isteyen işçilerin işyerinde düzeni bozmasına gerek kalmayacaktır.
- İşverenler, kıdem yükü nedeniyle yeni işçi almayarak fazla mesai yaptırılmalarına gerek kalmayacaktır ve bu nedenle işçilik maliyetleri düşecektir.
- Özellikle ihale konusu işlerde güvenlik, temizlik, hasta yönlendirme vb. alanlarda hizmet veren işverenler kıdem tazminatı konusunda rahat bir nefes alacaktır.

diğinde işçi 5 yıllık kıdemini yakmamak adına bu işe gitmiyor. Ancak, 100 lira fazla ücret veren işyerine gittiği takdirde kıdeminin yanmayacağını bilen işçi çok sık işyeri değiştirecektir. Bu durumda işverenler nitelikli işçilerini çok daha kolay kaybedecek. Kaybeden de daha çok küçük ve orta ölçekli şirketler olacaktır.”

“Kıdem tazminatı fonu”nu çok işçi çalıştıran işverenler ile bu işverenlerle çalışanların istemediğini söyleyen Tezel, diğer taraftan az işçi çalıştıran işverenler ile bunların işçilerinin bu konuya sıcak baktığını ifade ediyor. Tezel, “Çok işçi çalıştıran işverenler, kurulacak fona prim ödemek yerine bu primleri kendileri kullanabilmek istiyor. Küçük işverenler ise kıdem tazminatı yükü arttıkça ödeme sıkıntısına düşmemek için fona taraftar” diyor. Fonun kurulması halinde halen SSK ve İşsizlik Sigortası'na ödenen primlerden başka bir de her ay yüzde 4 veya 6 oranında kıdem tazminatı fonuna işverenin ödeme yapacağını belirten Tezel, işverenlerin devlete ödedikleri rakamın artacağını vurguluyor.

Kıdem tazminatı yerini kumbara bırakıyor

Yeni tasarının işçinin kıdem tazminatının, işveren tarafından değil de kurulacak bir kıdem tazminatı fonu ile ödenmesi üzerine kurulu olduğunu belirten Sosyal Güvenlik Kurumu Eski Başmüfettişi ve Sosyal Güvenlik Danışmanı Dr. Resul Kurt, bu fonun kurulmasıyla işverenlerin işçileri için belirli oranda fona ödeme yapacağını söylüyor. Bu noktadan sonra da belli koşullar oluştuğunda fondan ödeme yapılacağını aktaran Kurt, bu tasarının işveren için kıdem tazminatını biriktirmesi açısından kumbara özelliği taşıdığını dile getiriyor.

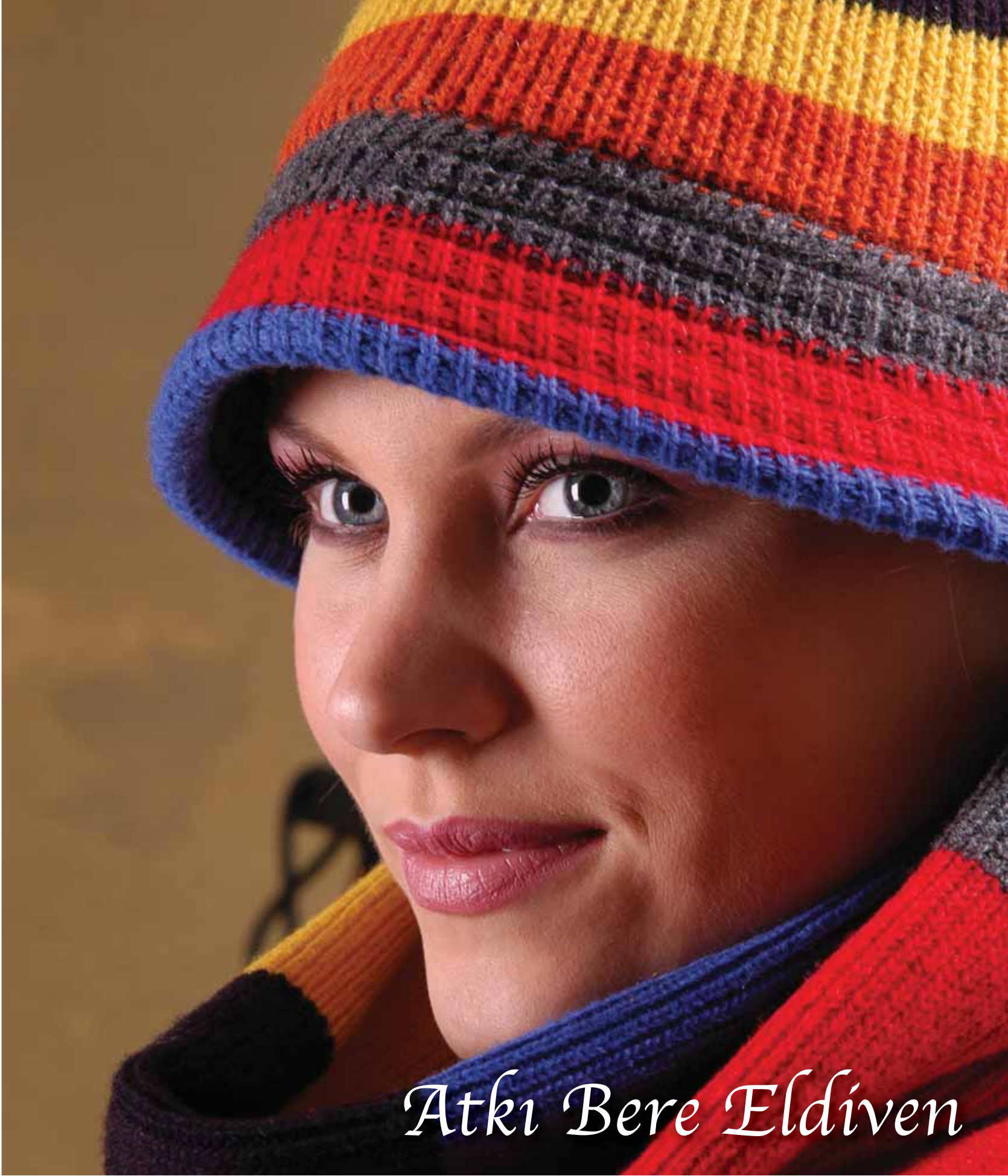
Tekstil, inşaat, güvenlik, temizlik gibi sektörlerde çalışan işçiler açısından kıdem tazminatı fonunun kurulmasının önemli bir takım avantajları beraberinde getirdiğini dile getiren Kurt, “Zira bu sek-

törlerde sık sık iş değiştirmenin ve istifa ederek ayrılmanın yoğun olması nedeniyle kıdem tazminatı ödenmiyor. Dolayısıyla istifa eden veya haklı nedenle tazminatsız işten ayrılan işçilere kıdem tazminatı ödenmezken, fonla birlikte bunlar içinde kıdem tazminatı fonuna ödeme yapılacağından işverenler için maliyet artışı söz konusu olacaktır” diyor.

Kıdem tazminatının işverenin mali sorumluluğu altında bir fondan karşılanması düşüncesinin ilk kez 1954 yılında toplanan 2. Çalışma Meclisi'nde gündeme geldiğine dikkat çeken Kurt, kıdem tazminatı fonunun yaklaşık 57 yıldır tartışıldığını söylüyor. Bu fon tasarısı ile kıdem tazminatının kaldırılmadığını dile getiren Kurt, sadece yeni bir düzenleme yapılması ve ödeme şeklinin değiştirilmesinin söz konusu olduğunu ifade ediyor.

İşçinin de işverenin de yüzü gülecek

Özellikle işletmelerin kriz dönemlerinde mali yapılarının bozulması sonucu ödeme gücüne düştüğünü dile getiren Kurt, bunun sonucunda da işçilerin kıdem tazminatından mahrum kaldıklarını söylüyor. Kurt, “Yine, uzun yıllar çalıştığı bir işyerinden herhangi bir nedenle istifa eden ya da işveren tarafından tazminatsız çıkartılan işçiler kıdem tazminatı hakkından mahrum kalıyor” diyor. Bütün bunların yanında işveren değişikliğinden dolayı da işçilerin mağdur olduğunu dile getiren Kurt, “Hizmetler sektöründe kamuya taşeronluk hizmeti veren işyerlerinde çalışan işçilerin işveren değişikliğinden dolayı mağduriyetleri de göz önünde bulundurulduğunda kıdem tazminatı fonunun bir an önce hayata geçirilmesi gerektiği söyleniyor. Ancak işverenlerin istihdam maliyetlerinin yüksek olduğu ülkemizde maliyetleri artırmak ve kıdem tazminatı ödenebilirliğini sağlamak adına uygun bir çözüm bulunmalıdır” şeklinde konuşuyor. ❖



Atkı Bere Eldiven



ONTEKS
www.onteks.com



ONTEKS TEKSTİL MAKİNA GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
GÜMÜŞSUYU CAD. ODİN TOPKAPI CENTER NO: 28/381 34010 TOPKAPI - İSTANBUL
TEL: +90 212 444 30 10 FAX: +90 212 501 84 84 / www.onteks.com / ontteks@onteks.com

İTHALATTA KORUNMA ÖNLEMLERİ SEKTÖRE NASIL YANSIYACAK?

22 TEMMUZ TARİHİNDE RESMİ GAZETE'DE YAYIMLANARAK YÜRÜRLÜĞE GİREN KARARLA BİRLİKTE, TEMİNATA BAĞLANMAK SURETİYLE TEKSTİL ÜRÜNLERİNDE YÜZDE 20, KONFEKSİYON ÜRÜNLERİNDE İSE YÜZDE 30 ORANINDA İLAVE GÜMRÜK VERGİSİ UYGULANACAK. TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ ALINAN BU KARAR İÇİN FARKLI DEĞERLENDİRMELER YAPSALAR DA, EN NET SONUÇ 200 GÜNLÜK DENEME SÜRECİNDEN SONRA ALINACAK.

Tekstil ithalatında gümrük vergisi uygulamasını düzenleyen İthalat Rejimi Kararına Ek Kararda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Bakanlar Kurulu Kararı, Resmi Gazete'nin 22 Temmuz 2011 sayısında yayımlanarak yürürlüğe girdi. Yayımlanmasından 120 gün sonra yürürlüğe girmek üzere 24 Mart 2011 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan kararla tekstil ithalatına ilave gümrük vergisi getirilirken, bu gümrük vergisinin teminata bağlanmak suretiyle alınması öngörülmüyordu. Tekstil ürünlerinde yüzde 20, konfeksiyon ürünlerinde ise yüzde 30 oranında ilave gümrük vergisinin teminata bağlanmak suretiyle uygulanacak karara göre, A.TR dolaşım belgesi eşliğinde ithal edilen AB ve Türk menşeli olmayan tekstil ürünlerinden, tercihli menşesine uygun olarak ilave gümrük vergisi alınacak. Kararın uygulanmasında AB veya Türk menşeli eşya için gümrük idarelerince A.TR dolaşım belgesi dışında, ayrıca bir menşe ispat belgesi talep edilmeyecek. Bu kapsamdaki beyandan ithalatçı sorumlu olacak, Ekonomi Bakanlığı ve/veya Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca sonradan kontrol kapsamında ithalatçıdan ilave bilgi ve belge talep edilebilecek. Kararname kapsamında yer alan ürünlerin

Dahilde İşleme Rejimi kapsamında ithal edilerek işlem görmüş ürün olarak ihraç edilmesi halinde, varsa telafi edici verginin hesaplanmasında bu karar hükümleri uygulanmayacak.

200 günlük deneme süresi

Bu karar doğrultusunda AB, EFTA ile Türkiye'nin serbest ticaret anlaşması bulunan İsrail, Bosna-Hersek, Makedonya, Hırvatistan, Fas, Gazze Şeridi ve Batı Şeria, Tunus, Suriye, Mısır, Gürcistan, Kosova, Sırbistan, Arnavutluk ve Karadağ'dan ithalatta, ilave gümrük vergisi alınmayacak. Ekonomi Bakanlığı'nın yürüteceği karar, 200 günlük bir deneme süreci içerisinde. Bu süre zarfında ithalatçı için yüzde 12 kaba ipliklerde, yüzde 17 ince ipliklerde teminat mektubu yatırılmak durumunda. Mektup yatırıldıktan sonra bu 200 günlük uygulama içerisindeki gelişmelere göre, eğer vergi kalkarsa teminat mektubu tamamen iade alınacak, eğer azaltılırsa azaltıldığı kadar iade alınacak, aynı olursa da irat kaydedilecek. Bu deneme süreci bir yandan devam ederken, diğer bir yandan da sektörün tekstil ve hazır giyim kanadında Korunma Önlemleri'nin artı ve eksileri tartışılıyor.



SORULAR

1. İthalatta korunma önlemleri nasıl sonuçlar doğuracak?
2. Sektör 22 Temmuz'a nasıl hazırlandı?
3. Uygulamanın sürekliliği hakkında ne düşünüyorsunuz?

ASIL HATA, GEÇİCİ ÇÖZÜMLER ÜRETİLMEMEYE ÇALIŞILMASIDIR

HİKMET TANRIVERDİ, İHKİB BAŞKANI

1. Göreceksiniz bu önlemlerin toplamda ekonomik olarak yaratacağı zarar, sağlayacağı faydadan büyük olacaktır. Belki tekstil firmalarını belli ölçüde koruyacaktır ama binlerce konfeksiyon firması bu durumun olumsuz sonuçlarını daha ilk günden hissedecektir. Biz her zaman serbest piyasa koşullarının asıl düzenleyici olması gerektiğini söyledik. Bu işleyişi bozan uygulamalar ve tedbirler yerine sistemin genelini regüle eden girişimler bekledik. Bakın, bugün kur geçtiğimiz kriz sonrasında en yüksek noktaya çıktı. Yani yepyeni bir ekonomik konjonktür oluştu. Yarın başka ne olacağını tam olarak bilmek de mümkün değil. Buradaki asıl üzücü husus, geçici durumlara geçici çözümler üretilmeye çalışılmasıdır. Hepimiz için aynı anda iyi ya da aynı anda kötü olan bir durum olamaz. Dövizin, faizin, talebin, arzın dalgalandığı bir küresel ekonomik ortamda dalgalanıyoruz. Tam da bu noktada birisi lehine oyunu bozacak kural koyduğunuzda işin doğallığına müdahale etmiş olursunuz. Bu tip koruma önlemleri geçmişte de alındı. Bağımsız araştırmacılar, ekonomistler bunların sonuçlarının ne olduğunu açıklasınlar.
2. Bu yılın ilk altı ayında ithalat zirve yaptı. Herkes ihtiyacını 22 Temmuz öncesi tedarik etmeye çalıştı ama tabii imkanı olan bunu yaptı. Bu durumda girdisini stoklayamayan daha ilk anda bir adım geride kaldı. Ayrıca şu an dövizin yükselişi ile birlikte ürünlere yansıyan maliyet artışı yüzde 30'ları buldu. 22 Temmuz sonrası yapılan ithalatta ek vergi olması tekstilcinin elinde stokta bulunan kumaşların da zamlanması gibi bir durum oluşturdu.
3. Ekim ayı ortasına kadar vergilerin netleşmesi lazım. Biz hala dokuma kumaşta bu vergilerin daha da düşebileceğini düşünüyoruz ve bu konudaki görüşlerimizi Ekonomi Bakanlığına ilettik, onların değerlendirmesini bekliyoruz.



ÇOK FAZLA SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞİL

CEVDET KARAHASANOĞLU, PAMEKS GİYİM SAHİBİ



1. Bu önlemler sektörde üç ana kesimi etkileyecek. Birincisi iç piyasa. İç piyasada, uluslararası büyük mağaza zincirlerin pazara girmiş olmaları nedeniyle inanılmaz bir rekabet yaşanıyor. İri-İri ufaklı yerli bütün markalar önlemlerden çok kötü bir şekilde etkilenecekler, çünkü yabancı markalar Uzakdoğu'dan aldıkları ürünleri trafik sarmasıyla rekabeti bozacak şekilde satabiliyorlar. İkinci etkilenecek kesimse Osmanbey, Laleli ve Merter'den Doğu Bloku ülkelerine ve Arap ülkelerine ihracat yapanlar. Bu firmaların aldıkları standart kumaşlar pahalılaşacağı için, onlar da direkt etkilenecek. Üçüncü kesimde ise ABD, Avrupa gibi gelişmiş ülkelerle çalışan ihracatçılar var. Hazır giyimcilerin bürokrasiden dolayı dahilde işleme izin belgesi kullanmaları çok zor. Türkiye'ye artık büyük parti mal siparişi gelmediği için, ithalat yaptığınız zaman Uzakdoğu'dan konteynır doldurmak zorundasınız. Dahilde işleme izin belgesiyle gelişmiş ülkelere ihracat yapan firmalar da çalışmıyor. Türkiye'nin ihracatı ağırlıklı olarak örme

ve denimde. Örme konfeksiyonunda dokuma kumaşlar garni olarak kullanıldığı için, o küçük miktarlar zaten bu belge kapsamında getiriliyor.

2. Çok fazla stok yapıp 22 Temmuz'u bekleyen ve ellerindeki stoklarla fiyatlarını artıran toptancılar oldu. Şu anda stoklar yüzde 30 yükselmiş durumda. Biz hala bu karar yumuşatılın ya da oranlar düşürülsün diye bekliyoruz. Hazır giyimciler zaten KOBİ'lerden oluştuğu için önceden çok fazla bir hazırlık yapılamıyor. Mesela biz kumaş alıp stoğumuza koymuyoruz. Çok hızlı moda değiştiği için ben iki ay sonra ne satacağımı bilmiyorum ki Uzakdoğu'dan ithalat yapayım.
3. Eğer uygulama sürekli olursa ihracatta gözle görülür düşüş olacak. Ankara bunu yeniden gözden geçirmek zorunda kalacak. Sistemin çalışacağını çok düşünmüyorum, çünkü tebliğ ihracatçılara zarar verecek. Tebliğin sürdürülebilir olduğunu ve dokuma fabrikalarını yeniden canlandıracağını da düşünmüyorum.

İSTİHDAM AZALACAK

AHMET TERZİ, FURKAN TEKSTİL YÖNETİM KURULU BAŞKANI

1. Bu önlemlerle birlikte ilk olarak kumaş fiyatlarının direkt yükseleceğini düşünüyoruz. İkinci olarak, ihracata arz yapan tedarikçi ve üreticilerin fiyatları da yükselecek. Bu da çok büyükler hariç, piyasanın yüzde 80'nini oluşturan ufak ihracatçıların ve iç piyasadaki üreticilerin de fiyat tutturamaması anlamına geliyor. Kumaş fiyatları kabaca yüzde 20 yükselecek ki zaten bir üründeki en pahalı şey kumaştır. Otomatik olarak fiyat tutturmak zor olacak ve iş kaçıracağız. Bunun sonucunda da istihdam azalacak ve işçi çıkarmaları olacak. Bunu direkt olarak tekstil piyasasını daraltacak bir önlem olarak görüyorum. Halbuki Türkiye, dünyadaki ucuz hammaddeli piyasaya hızlı sokup bunu da konfeksiyon haline çevirebilse, çok daha verimli olacaktır. Ayrıca bir kumaş yapıcısını yetiştirmek için dört yıl süren bir mühendislik eğitimi gerekiyor, ama konfeksiyon işçisi 35 günde eğitilip piyasaya sürülebiliyor. Biz hiçbir zaman "Bu tedbirler alınmasın" demedik; "Türkiye'nin gerçekten rekabeti yakaladığı mallarda olsun" dedik. Korunma önlemleri şimdi bütün piyasaya yapıldı.
2. Sektör sadece bu yılki ihtiyacını önceden

alma konusunda bir hazırlık yaptı. Sektördeki kumaşla zam yapmaya çalışıyor. Aslına bakarsanız aldığımız kumaşları da sattık, onlardan da çok bir kar gelececek. Sektör bilinçli bir hazırlık yapmadı. Nasıl yapsın ki? Kumaş ve iplik fabrikaları açmamız gerekiyordu ama onu da altı ayda yapmamız mümkün değil. Orta vadede bu iş bizim başımızı çok ağrıttacak.

3. Bir kere petrolümüz olmadığı için polyester ipliğin hammaddesi ülkemizde yok. Yetiştirdiğimiz pamuk, ihtiyacı karşılamıyor. Yün deseniz Türkiye'nin ihtiyacını karşılayacak kalitede değil. Hammaddelerimizin tamamen dışarı bağılı olduğu bir sektörde, bir de bunlara vergi getiriyoruz. İçerideki fabrikalar hangi hammadde ile çalışacak? İthal ettiğiyle... Bu, acelece karar alınmış bir vergi sistemi. İnsanlara 6 ay bir süre tanındı, ama mantık çözümlemesi yapılmadığı için aynı noktadayız. Ayrıca bu durum enflasyonu da doğal olarak körükleyecek. Bana göre bu önlemler şu anda bir kısır döngüyü başlattı. Kumaş sektörü daha zamları konfeksiyonculara yansıtmadı. Şu an bir sezon boşluğu olduğu için durum pek hissedilmiyor. Ancak ithal edilecek dikilmiş ürün için aynı şeyi söyleyemiyorum.



Bence onda vergiler daha da yükselmeli. Çok pahalı olabilecek spesifik mallar haricinde, hiçbir dikilmiş ürünün ithal olarak gelmesini istemiyorum. Kısacası tekstilin hammaddesi serbest olmalı ama dikilmiş mamul kesinlikle bizim cebimizde kalmalı.

TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİ KURTARILDI

İSMAİL GÜLLE, İTHİB BAŞKANI

1. Aslında Korunma Önlemleri'nin temelinde vurgulanan kur politikasıyla, Türk lirasının değerli dövizin ucuz olması yatıyordu. Bu nedenle ithalat çok cazip bir hale getirilmişti. Bu cazibenin neticesinde de neredeyse ithalat, ihracat rakamlarını yakalamıştı. O açıdan dünden bugüne geldiğimizde uygulanan politikalar neticesinde kurun, olması gerektiği yerde bulunduğunu görüyoruz. Ayrıca bu, ithalati engelleyecek bir argüman olarak duruyor. Bunların yanı sıra yaklaşık üç yıl içerisinde 200'e yakın fabrika kapandı. Belki de 70 bine yakın insan o dönem içerisinde işini kaybetti. Eğer zamanında bu önlemler alınmış olsaydı, hem bu insanlar işinde kalacaklardı hem de bu fabrikalar çalışacaktı. O açıdan bugün vurgulanan Korunma Önlemleri ile yerli üretim yapan fabrikalar cansuyuna kavuşmuştur. Bu konuda Sayın Başbakan ve Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın katkıları, destekleri ve Ekonomi Müsteşarlığı'nın konuya sahip çıkıp çalışmaları neticesinde çıkarılan bu ek koruma vergisinin sektör için anlamı çok büyük. Bugün ithalatçı firmaların yüzde 90'ı içeriye ve konfeksiyonda içeriye üretime yöneldi. Yeni iş alanları, fabrikalar kuruluyor. Türkiye kaybetmiş olduğu üretim değerine yeniden sahip çıkarak canlanmasını sağladı. Bu önlemler birkaç yıl daha alınmasaydı, belki de sektör çok daha fazla zayıflayabilirdi. O açıdan Korunma Önlemleri tam zamanında yapılarak, tekstil sektörünün geleceği kurtarılmıştır.
2. Bu konuda sektörde modernizasyon, yeni ilave yatırımlar, katma değerli ve daha farklı ürünlerin üretimi, Avrupa'nın en önemli ve en kreatif üretim yapma özelliğinin kendisine kavuşturması gibi adımlar atıldı. Basic ürünlerden çıkıldı, sektör kendi markasını üreten ve markalara üretim yapan bir sürece kendini hazırladı. Bunun neticesinde fabrikaların kapanmasına rağmen ihracattaki artışla durumu özetlemek mümkün...
3. Korunma Önlemleri süreli bir vergi değil. Aslında Türkiye'nin üretimi olan fakat ithalata yönelmiş bütün ürünlerde bu koruma vergisinin uygulaması lazım. Bu, hem sektörü kurtarır hem de devlet bundan gelir elde eder. O açıdan bu, örnek bir çalışma oldu. Korunma Önlemleri netice içerisinde hem kalıcı olacak hem de kalıcı olarak amacına hizmet edecek.



HAKSIZ REKABETİN ORTADAN KALKMASI İÇİN ÖNEMLİYDİ

AHMET ÖKSÜZ, KİPAŞ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKAN VEKİLİ

1. Korunma Önlemi haksız bir rekabetin ortadan kalkması açısından önemlidir. Çünkü ülkemizin sıkıntısı Avrupa Birliği'nde olduğumuzdan dolayı çok düşük gümrük vergileri uygulamamızdır. Özellikle üçüncü ülkelerden gelen tekstil ve hazır giyim ürünlerinin pazarımıza çok düşük vergilerle girmesi büyük bir sıkıntıydı. Bizim ürünlerimize yüzde 30- 40-50'lere varan gümrük ürünleri uygulanıyor ama Hindistan, Çin ve Pakistan'dan gelen kumaşlar ise bugün çok düşük vergilerle, çok rahat bir şekilde pazarımıza girebiliyordu, yani burada bir haksızlık söz konusuydu. Bu açıdan bu önlemlerin ülkemiz açısından çok olumlu olduğunu söyleyebilirim.
2. Zaten tekstil sektöründe ülkemizde son zamanlarda yine bir yatırım hamlesi başlamıştı. Bu sevindirici bir durum... Uzun bir süreden sonra özellikle iplik, dokuma ve örme sektöründe yatırımlar başlamıştı. Tabii ki bu önlemler firmalara daha da moral verdi. Talebin iç pazarda daha da artacağı beklentisiyle yeni yatırımlar biraz daha hızlandı. Dolayısıyla sektörde ciddi miktarda yeni yatırımlar var...

3. Bu böyle devam ettiği sürece önlemlerde de süreklilik olması lazım. Türkiye işçilik ve enerji maliyetleri açısından bu ülkelerin çok yukarısında olmasına rağmen, biz bunu ürettiğimiz ürünlerdeki farklılıkla zaten alabiliyoruz. Fiyat olarak da Uzakoğlu'ya göre pahalıyız; bir de üzerine gümrük vergisi eklendiğinde hiç rekabet edemez durumdayız. Diğer ülkeler bu vergileri düşürüp bizim seviyemize çekerlerse, biz de onlara kumaş ihraç etmeye başlayabiliriz, o zaman bu pazarlarda rekabet edebiliriz. Ancak o zaman tabii ki bu önlemler kalkabilir. Ayrıca bu duruma tek taraflı bakmamak lazım. Tabii ki burada kimi menfaat grupları, bu işin olmamasını isteyen kesimler var. Burada ulusal şapkamızı başımıza takıp değerlendirme yapmamız, resme yukarıdan geneline bakmamız gerekiyor. Tek taraftan bakıp da tek bir firmanın menfaati neyi icap ediyorsa ona göre düşünmek olmaz. Bugün hepimiz aynı zamanda ithalatçıyız. Ben ithalat yaptığım halde bile bu önlemleri destekliyorum. Yani yurtiçinde üretmenin bir farkı olması ya da en azından ülkelere göre gümrük vergilerinde eşit şartlar da olmamız lazım.



Bu açıdan korunma önlemleri son derece önemliydi. Gerçi sonuç çok bekle-dim gibi olmadı. Düşük fatura ithalatta çok fazla kullanılan bir şey... Burada az vergi ödemek için düşük fatura ile ithalat yapmaya çalışabilir insanlar. Burada da minimum vergisi söz konusu, yani kilogramda minimum 1 dolar vergi kondu. Şimdi kumaşta mensucata baktığınızda metresi 20-30 sent yapar ki bu çok düşük bir rakam. Bu yeterince koruyacak bir rakam değil. Bence alınan önlem kararları doğru, ama minimum vergiler çok düşük düzeyde tutulmuş. Onların artırılması gerektiğini düşünüyorum.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN BİRARADA YAŞAMASINI İSTİYORUZ

MEHMET KUMBARACI, TGSD GENEL SEKRETERİ



1. Bu 200 günlük süre içerisinde ithalatçı için yüzde 12 kaba ipliklerde, yüzde 17 ince ipliklerde teminat mektubu yatırılmak durumunda. Mektup yatırıldıktan sonra bu 200 günlük uygulama içerisindeki gelişmelere göre, eğer vergi kalkarsa teminat mektubu tamamen iade alınacak, eğer azaltılırsa azaltıldığı kadar iade alınacak, aynı olur da irat kaydedilecek. Bir kere teknik sonuç bu... Fiyatlar yükseleceği için, iplik ihraç ederek ithalat yapmak isteyen hazır giyim ihracatçısının, rekabet gücünde olumsuz etkilenme olabilir. Markalarıyla dünyaya hazır giyim katma değeri yüksek üretim ve dağıtım yapan ve İtalyan, 150'şer senelik bir aile geçmişine sahip hem Loro Piana Markasının Yönetim Kurulu Başkanı Pier Luigi Loro Piana ve Ermenegildo Zegna Grup Başkanı Paolo Zegna, bizim yaptığımız bir konferansta konuşma gerçekleştirdiler. Her ikisinin de birbirinden bağımsız düşüncesi Korunma Önlemleri'nin sektörleri rekabetten uzaklaştırdığı yönündeydi.

Biz tekstil ve hazır giyim sektörümüzün bir arada yaşamasını istiyor ve bir arada rekabetini geliştirmelerini öneriyoruz. Bu önlemlerin insanları ataletle iteceğini ve rekabetten uzaklaştıracığına inandığımız için, üyelerimizin istekleri doğrultusunda iplik ithalatına Korunma Önlemleri değil, daha liberal uygulamalarla, hep beraber geleceğe ve rekabete daha iyi hazırlanacağımızı ifade ediyoruz.

2. Bu tarz uygulamalardan dolayı, büyük alıcılardan bir kısmının siparişlerini başka ülkelere kaydirdiğini gözlemledik. Bu olumsuz bir gelişmeydi. Biliyorsunuz işini her zaman iyi yapan katma değeri yüksek üretim yapabilen firmalar, aradaki farkları da alabiliyor. Yani işini gayet iyi geliştiren firmalar da var ama maalesef güçlük yaşayan firmalarımız da mevcut.
3. 200 günlük bir deneme süresi var, bunu hep beraber göreceğiz.

“O SEN MİSİN?”

Tasarımın tekstil ve moda-
nın her alanında daha da
önemli hale geldiği günü-
müzde, genç tasarımcıların ken-
dilerini göstermeleri için çeşit-
li fırsatlar doğuyor, yarışma-
lar düzenleniyor. Bu yarışma-
ların önemli örnekleri arasın-
da yer alan İHKİB Genç Moda
Tasarımcıları Yarışması KOZA
da genç yeteneklere çalışma-
larını sergilemeleri için şans tanı-
yor. Hazır giyim alanında kolek-
siyonların sunulacağı yarışmaya
bu yıl başvuru tarihi 26 Eylül'de
sona eriyor. Yarışmaya katıl-
mak için kişinin 30 yaşından
gün almamış, T.C. vatandaşı ve
en az lise mezunu olması, Türk
moda çevresinde tanınan bir
isim veya marka olmayıp adına
kayıtlı ticari firması ve marka-
sı olmaması ve ticari sponso-
ru bulunmaması, İTKİB'in daha
önce düzenlendiği Genç Moda
Tasarımcıları Yarışmaları'nda ilk
üçe girmemiş olması gerekiyor.

Yarışma birden fazla aşamada yürütülecek

Bu sene herhangi bir tema veril-
meyecek olan KOZA 2011'de,
koleksiyonların herhangi bir
sezona yönelik olması da talep
edilmiyor. Yarışma kapsamın-
da 28 Eylül 2011 Çarşamba
günü düzenlenecek birinci aşı-
mada, moda endüstrisinin tec-
rübeli temsilcilerinden oluşan
seçici kurul tarafından, tüm katı-
lımcıların başvuru dokümanla-
rı ve sunum dosyaları incelenen-
rek, ilk elemeler gerçekleştirile-
cek. İlk aşamayı geçen katı-
lımcılar, 30 Eylül 2011 Cuma
günü seçici kurul ile gerçekle-
şecek mülakata davet edilecek-
ler. 10 finalistin seçileceği ikin-
ci elemelerde, yarışmacılar sun-
dukları tasarımlardan seçtikle-
ri üç tam görünüm konusunda,
seçici kurula bilgi vermeleri iste-
nip seçilen üç tasarım üretilip
finalde sergilenecek. İkinci aşı-

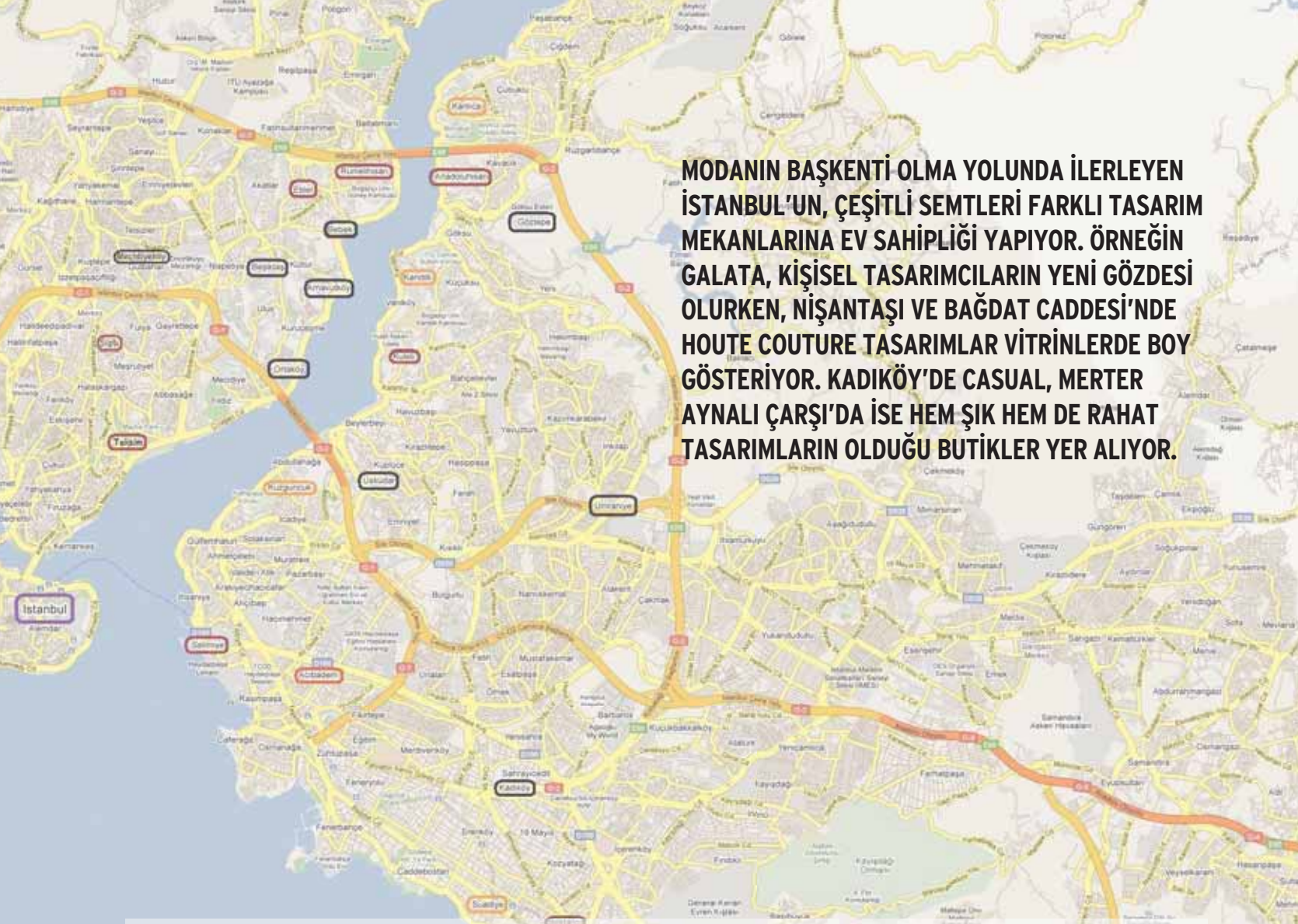
manın ardından, finalistler için
koleksiyonlarından seçecekleri
üç tam görünüm ve ilgili tasanı-
mı tamamlayan aksesuarları 3
boyutlu hale getirme süreci baş-
layacak. Bu esnada, finalistle-
re moda tasarımcıları tarafından
mentoring desteği verilerek yön-
lendirmelerde bulunulacak. 07
Aralık 2011 Çarşamba günü 10
finalistin her biri hazırladığı üçer
giysi ve tamamlayıcı aksesuarla-
rı, seçici kurula sunacak ve seçi-
ci kurul en başarılı üç tasarımcı-
yı belirleyecek. Aynı akşam ger-
çekleşecek KOZA özel defilesi
ile 10 finalistin hazırladığı üçer
tam görünüm Türk ve yabancı
basın mensuplarının yanı sıra,
iş ve moda dünyasının önde
gelen isimlerinden oluşan seç-
kin davetli grubuna sunulacak.
Defilenin ardından, kazanan üç
tasarımcı, basın ve kamuoyu-
na tanıtılacak ve ödülleri takdim
edilecek.

**İHKİB GENÇ MODA
TASARIMCILARI
YARIŞMASI KOZA,
MODA TASARIMI
ALANINDA YÜKSELMEK
İSTEYEN YENİ
GENÇ YETENEKLER
ARIYOR. HAZIR GİYİM
KOLEKSİYONLARI
SUNMAK İSTEYEN
KATILIMCILARA AÇIK
OLAN YARIŞMAYA
BAŞVURU TARİHİ
26 EYLÜL'DE SON
BULUYOR.**

Birbirinden güzel ödüller finalistleri bekliyor

Yarışmada dereceye giren ilk 3
finalistten birinci olana 7 bin 500
TL ve 2008/2 Tasarımcıların
Desteklenmesi Tebliği çerçeve-
sinde, İHKİB'in projesinin onay-
lanması durumunda yurtdışında
1 yıllık eğitim hakkına sahip ola-
cak. İkinci finalist 5 bin TL, üçün-
cü ise 2 bin 500 TL kazanacak.
Ayrıca bu üç finaliste, İHKİB tara-
fından belirlenecek kurumda,
yüzde 90 devamlılık şartı aran-
mak koşuluyla 1 yıllık İngilizce dil
eğitimi sağlanacak. İMA'da düzen-
lenen "workshop"lardan içeriği
uygun olan 3 tanesine ve İMA ve
Boğaziçi Üniversitesi Yaşam Boyu
Eğitim Merkezi (BÜYEM) işbirli-
ği çerçevesinde yürütülen 6 aylık
Moda Yönetimi programına ücret-
siz katılım, Moda Tasarımcıları
Derneği üyelik hakları ve tanın-
mış bir tasarımcı/markada bir yıl
ücretsiz asistanlık imkanı sağla-
nacak. Dereceye giren ilk 10 finali-
ste ise Paris Premier Vision Kumaş
Fuarı'na ziyaret hakkı, koleksi-
yonlarını Şubat 2012 İstanbul
Fashion Week etkinliğinde pop-up
showroom'da sergileme imkanı
verilecek. ❖





MODANIN BAŞKENTİ OLMA YOLUNDA İLERLEYEN İSTANBUL'UN, ÇEŞİTLİ SEMTLERİ FARKLI TASARIM MEKANLARINA EV SAHİPLİĞİ YAPIYOR. ÖRNEĞİN GALATA, KİŞİSEL TASARIMCILARIN YENİ GÖZDESİ OLURKEN, NİŞANTAŞI VE BAĞDAT CADDESİ'NDE HOUTE COUTURE TASARIMLAR VİTRİNLERDE BOY GÖSTERİYOR. KADIKÖY'DE CASUAL, MERTER AYNALI ÇARŞI'DA İSE HEM ŞIK HEM DE RAHAT TASARIMLARIN OLDUĞU BUTİKLER YER ALIYOR.

MERTER AYNALI ÇARŞI

Tekstilin Türkiye'deki gelişimine hızlı bir şekilde ayak uyduran Merter, bugün moda ve tasarım konusunda hatırı sayılır bir yere sahip. İstanbul'un yoğun karmaşasından uzak, düzenli sokaklara, büyük bina alanlarına sahip olan Merter, lokasyonu sayesinde modanın önemli noktalarından bir haline geliyor. Semtte bulunan Aynalı Çarşı modaseverlerin mutlaka uğradıkları merkezler arasında yer alıyor. İç dizaynının da bir hayli dikkat çekici olduğu görülen çarşıda, şık ve modern tasarımların yanı sıra, gündelik hayatta da farklı bir tarzın yakalanabileceği tasarımlar dikkat çekiyor.

BAĞDAT CADDESİ

Galata ve Nişantaşı Avrupa Yakası'nın vazgeçilmez moda merkezleri arasında yer alsa da Anadolu Yakası'nın gözbebeği Bağdat Caddesi... Şık kafe ve restoranlarıyla öne çıkan cadde, butik tarzları olarak Nişantaşı'nı aratmıyor. Sezon trendlerini yakalayan mağazaların yer aldığı caddede, Simay Bülbül, Mehtap Elaidi, Günseli Türkay, Taka, Etcetera, Elif Eli gibi Türk tasarımcıları ve markalarının yanı sıra, dünyadan da Burberry, Missoni, Cabani, Trusardi, Cavalli gibi İtalya ve Fransa'nın ünlü markalarını bulmak mümkün. Dikkat çeken tasarım ürünleri arasında etnik kimlikteki kıyafet ve aksesuarlar da yer alıyor.

KADIKÖY

Anadolu yakasında daha çok genç neslin olduğu, hareketli semtlerden biridir Kadıköy... Bu semtte üniversite gençlerinin fazla sayıda olmasından dolayı sürekli genç bir dinamizme sahip olan Kadıköy'ün bu özelliği, semtteki butiklere, kıyafet tarzlarına da yansıyor. Kadıköy merkezde ve Bahariye'de genel hatlarıyla casual tasarımdaki tişörtler, gömlekler, ayakkabılar ve aksesuarlar Kadıköy'deki butiklerin vitrinlerini süslüyor. Bunun dışında Hint kumaşlarından, Şile bezinden yapılmış etnik tasarımdaki gömlek, etek, elbise, tişört, pantolon ve aksesuarlar da Kadıköy'de bulunabilecek tasarımlar arasında yer alıyor.



ŞEHRİN YÜKSELİŞİ

GALATA VE MERTER GÜN GEÇTİKÇE MODA VE TASARIM ALANINDA ÖN PLANA ÇIKIYOR. ÖNCELERİ SADECE TARİHİ DOKUSUYLA ANILAN GALATA, ŞİMDİLERDE ÖZGÜN TASARIMLARA SAHİP BUTİKLERİYLE ADINDAN SÖZ ETTİRİYOR. MERTER'DE BULUNAN AYNALI ÇARŞI İSE ŞIK VE CASUAL TASARIMLARA SAHİP BUTİKLERİYLE DİKKAT ÇEKİYOR.

İstanbul'un her semti, sanki ayrı birer kent gibi... Bazen aralarında çok mesafe olmasa da keskin hatlarla birbirinden ayrılmış semtler, bazen de farklı kollara ayrılarak aynı çatı altında birleşiyor. Galata ve Merter bu durum için verilebilecek iki güzel örnek... Harita üzerinde birbirlerine uzak görünen bu iki semti moda ve tasarım birbirine yakınlıştırıyor. Ancak Galata farklı ve özgün tasarımlar-

la ön plana çıkarken, Merter'deki Aynalı Çarşı birbirinden farklı tasarımları bir araya getiriyor. Konu hakkında görüşlerini aldığımız ünlü moda tasarımcısı Arzu Kaprol, "Galata'nın yükselişe geçmesinde tasarımcıların bu bölgede kendi mağazalarını açmalarının çok büyük etkisi olduğunu düşünüyorum. Galata'da Türkiye'nin önde gelen tasarımcılarının ürünlerinin sunulması bu bölgeyi farklılaştırdı. Ülkemizde uzun süredir insanlar kendi stillerini yaratmaya ve bu doğrultuda tasarım ürünlerine ilgi göstermeye başladılar. Galata da ülkemizin önde gelen tasarımcılarının mağazalarıyla bu beklentiye cevap veriyor" diyor. Galata'nın köklü bir geçmişi ve çok özellikli bir ruhu olduğunu söyleyen Kaprol, semtin tarihi dokusu ve şehrin merkezindeki konumunun moda tutkunlarını etkilediğini ve "GalataModa" projesinin de İstanbul için en önemli projelerden biri olduğunu belirtiyor.



Arzu Kaprol

Galata'yı keşfetmek

Kaprol'e göre Galata'yı farklı kılan insanda keşfetme duygusunu yaratması... "Her bir köşesinde yeniden bir şey keşfedeceğimiz duygusuna kapılıyorsunuz. Aynı zamanda kendiniz için tasarlanmış, yaratıcı, diğer yerlerde benzerini bulamayacağınız parçaların peşindeyseniz Galata en ideal mekan." diyerek semtte bulunabilecek tasarımlar hakkında ipuçları veriyor. Bu bölgedeki mağazaları Galata'nın müdavimlerinin, semtte yaşayan yabancı ve yaratıcı gruplar ile modayı, tasarımı takip eden, keşfetme duygusu peşinde olan kişiler olduğunu dile getiriyor. İleriye dönük olarak Galata'nın farklılıktan ziyade, gelişmenin fazlasıyla yaşanacağı bir yer olduğunu belirten Kaprol, "Modanın diğer merkezi Nişantaşı'nda yaşanan yer sıkıntısı nedeniyle kişisel tasarımın ön planda olduğu tasarımcı markaları kendilerine artık Galata'da bir yer buldular. Bu nedenle artık

yeni moda tasarımcılarını ve tasarımları keşfetmek isteyenlerin yolu Galata'dan geçiyor olacak." diyerek önümüzdeki dönemlerde de Galata'nın moda ve tasarım alanındaki güncel konumunu ileride de koruyacağını dile getiriyor.

Farklı tasarımların ortak noktası: Aynalı Çarşı

Merter'de bulunan Aynalı Çarşı ise hem iç tasarımı hem de içinde yer alan butiklerin farklı tarzdaki tasarımları vitrinlere taşımasıyla, Merter'in moda alanındaki önemli bir yüzü... Çarşının içine girildiğinde öncelikle katlarda yer alan çeşitli etnik objeler dikkati çekiyor. Ardından farklı objelerle dizayn edilmiş butikler ve buralarda bulunan casual tişörtler, pantolonlar, ayakkabılar, şapkalar ve aksesuarlar... Bunların yanı sıra, şık kesimlere sahip elbiseler ve spor abiyele de Aynalı Çarşı'nın modaseverlere sunduğu tasarımlar arasında yer alıyor. ❖



Farklı tarzdaki tasarımların vitrinlere taşımasıyla, Merter'in moda alanındaki önemli bir yüzü Aynalı Çarşı



SERAY®

ULUSLARARASI TAŞIMACILIK
İNŞAAT TİCARET LTD. ŞTİ.



BALKANLARA AÇILAN LOJİSTİK KAPINIZ

MEHMET AKİF CAD. 1 SOK.
HAYDAR AKIN İŞ MERKEZİ
NO: 25/9 ŞİRİNEVLER/İSTANBUL

Tel: +90 212 451 51 01
Tel: +90 212 451 19 96 (PBX)
Faks: +90 212 451 19 95

info@seraytrans.com

www.seraytrans.com

CUMHURİYET'İN 100'ÜNCÜ YAŞINI KUTLAYACAĞI 2023'TE DÜNYANIN EN BÜYÜK 10 EKONOMİSİ İÇİNE GİRMEYİ PLANLAYAN TÜRKİYE, 500 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT RAKAMINA ULAŞMAYI HEDEFLİYOR. ÜLKENİN BU HEDEFE ULAŞABİLMESİ İÇİN "2023 İHRACAT STRATEJİSİ SEKTÖREL KIRILIM PROJESİ" İLE BAŞTA TEKSTİL, HAZIR GİYİM, DERİ VE HALI OLMAK ÜZERE TÜRKİYE'DEKİ 24 SEKTÖRÜN "STRATEJİK EYLEM PLANI" ÇIKARILYOR.

İHRACATÇI EYLEM PLANINI ÇIKARDI

Dünya ticaret kurallarının yeniden yazıldığı 2000'li yıllara, Türkiye de her alanda yenilenmeyi kendine misyon edinerek girdi. Coğrafi konumu bakımından yüzyıllardır bir ticaret merkezi olan Türkiye, bu ticaret geleneğini değişen dünya trendleriyle birleştirdi. Bunun sonucunda Türkiye'nin ihracatı geçtiğimiz dönemlerde artış göstererek 30 milyar dolardan 2008 yılı itibarıyla 132 milyar dolara ulaştı. 2009 yılında ise küresel krize rağmen 102 milyar dolar seviyesinde tutundu. Türkiye'nin son dönemdeki hedefi ise, performansını sürdürülebilir bir şekilde daha yüksek düzeylere taşıyarak, Cumhuriyet'in 100'üncü yıldönümü olan 2023 yılında 500 milyar dolar ve dünya ticaretinden aldığı payı da yüzde 1,5 seviyesine çıkarmak. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

tarafından kabul edilen referans senaryo çerçevesinde Türkiye'nin 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşması dünya ticaretinden 2013 yılında yüzde 1, 2018 yılında yüzde 1,25, 2023 yılında ise yüzde 1,46 pay alması, kısacası bugüne göre dünya ticaretindeki payını iki katına çıkarması anlamına geliyor. Türkiye'nin bu hedefe ulaşmasını sağlayacak ihracat stratejisi çok paydalı olup, birçok kurum ve kuruluşun katkısını ortak hedeflere uyumunu ve koordinasyonunu gerekli kılıyor. Bu kapsamda, ihracatın ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak ele alınmasıyla tüm ilgili kurum ve kuruluşların uyumlu hareket etmeleri gerektiği söyleniyor. 2023 yılında dünyanın 10 büyük ekonomisinden biri olmayı hedefleyen Türkiye'nin bu hedefe ulaşabilmesi için özel sek-

törün rekabetçi bir yapıya kavuşturulması gerektiği söyleniyor. Bu düşünceden hareketle başta tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörü olmak üzere 24 sektörün "Stratejik Eylem Planı" çıkarılıyor.

24 sektöre can suyu tadında bir proje

TİM, Türkiye'nin 2000'li yıllarda ivme kazanan ihracat büyümesinin Cumhuriyet'in 100'üncü yılı için amaçlanan 500 milyar dolar tutarındaki hedefe ulaşması için başlattığı "Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi" proje çalışmasıyla Türkiye'nin 2023 hedefine ulaşmada yol haritasını ortaya koydu. TİM tarafından açıklanan strateji belgesinde 24 sektörün 500 milyar dolarlık hedefe giden yolda uygulaması gerekenler anlatılırken,



Türkiye'nin 2023 hedefine nasıl daha fazla katkı sağlayabileceğinin arayışında olan hazır giyim sektörü İHKİB öncülüğünde bir araya gelerek, 2023 ihracat stratejisinin hazır giyim ayağındaki eylem planını belirledi.

Türkiye ekonomisinin dinamiklerine yeni öngörüler getiriliyor. Söz konusu raporda 2023 ihracat hedefine ulaşmak için, hangi politikalara, paydaşlara, süreçlere ve yetkinliklere ihtiyaç olduğunu tespit eden TİM, Türkiye'nin ihracat vizyonunu, üç aşamada 5'er yıllık vizyonlarla; "Atılım", "Yatırım" ve "Liderlik" şeklinde dönemselleştiriyor. Proje ile Türkiye'nin uzun soluklu değişim vizyonunu ortaya koyan TİM, ülkedeki 24 sektörün yüksek katma değer elde eden, Ar-Ge ve tasarım yapan, etkin ve verimli bir yapıya kavuşmasını hedefliyor.

İhracatta yeni formül: "Sektörel Kırılım Projesi"

"2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılım Projesi" ile Türkiye ekonomisi 2023'e taşınmaya hazırlanıyor. İki adımdan oluşan projenin ilk aşaması, makro ölçekte Türkiye'nin 2023 ihracat stratejisinin belirlenerek uygulamaya aktarılmasını ve performans yönetimini amaçlıyor. Türkiye'nin ihracat vizyonunun beşer yıllık üç dönemde değerlendirildiği projenin çıktısı olarak ülke seviyesinde strateji haritası ve performans programı çerçevesi oluşturuldu. Projenin ikinci adımında ise ülke düzeyinde yapılan çalışmaların sektörler düzeyine yansı-

tilması söz konusu. Proje kapsamında her sektörün ekibiyle birlikte ön hazırlık, çalıştay, raporlama ve liderlik toplantıları yapıldı. Bu sürecin sonunda ise tıpkı ülke ihracatı genelinde olduğu gibi sektörlerin strateji haritaları, hedefleri ve ölçütleri belirlendi. Ülke ölçeğinde yapılan "2023 İhracat Stratejisi"ni sektörler düzeyine yansıtmayı amaçlayan Sektörel Kırılım Projesi uzun vadede ulaşılmak istenen ihracat sonuçları, hedef pazarlarının neler olduğu ve başarı için gereken kritik faktörlerin neler olduğu üzerinde yoğunlaştı. TİM'in 24 sektörü içine alarak hazırladığı "2023 Türkiye İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi" başta tekstil ve hazır giyim sektörü olmak üzere deri ve halı sektörlerinde de kendine uygulama alanı buldu.

Hazır giyim liderliğe oynuyor

Hazır giyim, Haziran ayında yakaladığı 1 milyar 483 milyon dolarlık ihracat rakamıyla Türkiye'de en fazla ihracat gerçekleştiren ikinci sektör oldu. Şimdilerde ise Türkiye'nin 2023 hedefine nasıl daha fazla katkı sağlayabileceğinin arayışında olan sektör temsilcileri, İHKİB öncülüğünde bir araya gelerek, 2023 ihracat stratejisinin hazır giyim ayağındaki eylem planını belirledi. Geçtiğimiz

ay düzenlediği "Stratejik Eylem Planı Toplantısı"nda hazır giyim paydaşlarını buluşturan Birlik, üretim, pazarlama, ürün geliştirme, lojistik, finansman, mevzuat ve temel yetkinlikler gibi alanlarda hangi eylemlerin gerçekleştirileceği konusunda görüş alışverişinde bulundu.

Hazır giyim 2023 hedefi 52 milyar dolar

2023 yılında rakiplerinin önüne geçerek, sürdürülebilir ihracat büyümesi sağlamayı kendine vizyon edinen hazır giyim sektörü için "Sektörel Kırılım Projesi" içinde yer alan tahminler ihracatçıyı mutlu edecek nitelikte. Dünyada hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 2000-2008 döneminde 2 kat büyüdüğünü tespit

eden sektör, bu rakamın 2023'te yaklaşık 3 katına çıkarak 1.2 trilyon dolar seviyesine ulaşacağını öngörüyor. Projede kapsamında, hazır giyim sektörünün yakalayacağı yüzde 10.3'lük artışla 2023 yılında 52 milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşacağı varsayılan senaryolar arasında yer alıyor. 2009 yılında 13.2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren hazır giyim sektörü, 2013 yılında 21 milyar dolar, 2018 yılında 32 milyar dolar, 2023 yılında ise 52 milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşmayı planlıyor.

Türkiye "organizatör ülke" olma yolunda

Performans stratejisini "İhracat Sonuçları", "Pazar Dinamikleri" ve "Kritik Başarı Faktörleri" olmak üzere üç temel perspektifte yapı-sallaştıran hazır giyim sektörü, bu programı oluştururken 22 stratejik hedef ve 54 ölçüt belirledi. Buradan hareketle bugünden başlayarak 2023'e kadar devam eden süreçte istikrarlı bir ihracat artışı sağlamayı kendine hedef edinen sektör alt sektörlerde de bu artışı sağlamayı, küçük ölçekli firmaların ölçeğini ve sayısını artırarak ihracat kapasitesini geliştirmeyi planlıyor. Söz konusu ihracat artışını yakalamak için yeni pazarlara yönelmenin farkında olan sektör, gelişmekte olan pazarlara uza-

2023 yılında 500 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmeyi hedefleyen Türkiye'nin bu rakama ulaşmasında tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörlerinin toplam katkısının 80 milyar dolar olması bekleniyor.



Düzenlediği “Stratejik Eylem Planı Toplantısı”nda tekstil sektörünün paydaşlarını buluşturan İTHİB, üretim, pazarlama, ürün geliştirme, lojistik ve finans gibi alanlarda hangi eylemlerin gerçekleştirileceği konusunda görüş alışverişinde bulundu.

arak ihracat performansına katkı sağlamayı hedefliyor.

Mevcut üretim kapasitesinin modernizasyonu ve yeniden yapılanması ile sektörde kalite ve verimliliği artırmayı planlayan sektör, bu noktada hammadde ve ara mamule erişimi kolaylaştırma ve uluslararası üretim ile yönetim organizasyonunu da geliştirmeyi planlıyor. Sektör stratejik yol haritasının pazarlama ayağında, tasarım ve koleksiyonları çeşitlendirerek, takipçilikten trend belirleyici olmaya geçmeyi, perakende yurtdışı satış organizasyonu oluşturmayı, sektörün mevcut

donanım ve bilgi birikimini kullanarak “Organizatör Ülke” konumuna ulaşmayı, “Türk markası” imajını geliştirmeyi ve her şeyden önemlisi de uluslararası marka oluşturmayı hedefliyor.

Tekstil Ar-Ge ile büyüyor

İhracatta dünyadaki önemli aktörlerden biri olan tekstil sektörü yüzde 3,8’lik payıyla dünyanın 7’inci, AB pazarının ise 2’inci büyük tedarikçisi olarak gösteriliyor. Tekstille ilgili dünyada hızlı bir dönüşüm yaşanırken Türkiye de bu alanda yeni projelere el atıyor. Hayata geçir-

diği projelerle dünya tekstil pazarından aldığı payı artırmayı hedefleyen sektör, 2023 yılı içinde Türkiye’nin ihracatına 20 milyar dolarlık katkı sağlamayı planlıyor.

Bugün, dünya tekstil sektöründe üretim teknolojisi ve ürün özelliklerinde, dolayısıyla rekabet alanlarında ciddi bir değişim ve dönüşüm yaşanırken, bu kapsamda sektörün Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarının yoğunlaştırılması, desteklenmesi ve yönlendirilmesi gibi çalışmaların öncelikli faaliyetler arasında yer alması gerektiğine dikkat çekiliyor.

Tekstilci, stratejik eylem planını belirledi

Geçtiğimiz yılı başarılı bir ihracat artışı ile kapatan, 2011’in ilk yarısında da 4 milyar 103 milyon dolarlık ihracat rakamını yakalayan tekstil sektörü, bu büyüme hızıyla 2023’e de kendinden emin adımlarla ilerliyor. Türkiye’nin 2023 yılındaki 500 milyar dolarlık ihracat hedefine 20 milyar dolarlık katkı sağlamayı planlayan sektör, bütün sektörlerde uygulanmaya başlanan “2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılımı Projesi”ndeki yerini aldı.

Proje çerçevesinde çalışmalarına başlayan sektör, 2023 yılı ihracat hedefine ulaşmak için gerçekleştirilmesi gereken eylemleri belirlemek için geçtiğimiz aylarda düzenlediği çalıştayda sektörün ihracat performansını bir adım daha ileriye taşıyacak konuları masaya yatırdı. Sektörün 2023’e yürürken izlemesi gereken yol haritasının çizildiği toplantıda; sektörde istikrarlı ihracat artışının sağlanması için üretim, pazarlama ve satış, ürün geliştirme, lojistik, mevzuat ve finansman gibi alanlarda hangi eylemlerin gerçekleştirileceği konusunda görüş alışverişinde bulunuldu.



“2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılımı Projesi” çerçevesinde çalışmalarına hız veren deri sektörü, deri işleme, deri ve kürkten giyim eşyası, saraciyeye ve ayakkabı gibi alt kırılımları da dikkate alarak Stratejik Eylem Planı’nı hazırladı.

The Original is back.


helsa®
FASHION SHAPING

helsa nh Vatka Tekstil Ürün San. Tic. LTD. ŞTİ.
Dudullu Organize San. Bol. 3. Cadde no: 18/1
34776 Esenşehir / Ümraniye / İstanbul
Tel: +90 216 527 37 10
Fax: +90 216 527 37 78
Email: info@lupoteks.com

helsa.com



Textil Group

LupoTeks
TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

in cooperation with

www.nh-textil.com



Halı sektörünün Stratejik Eylem Planı'nı belirlemek için bir araya gelen temsilciler, katma değeri yüksek halılar üretmek için ihracattaki miktar artışıyla birlikte değer artışının da sürdürülebilir olması gerektiğine dikkat çekti.

İnovasyona dayalı üretim dönemi başlıyor

Tekstil sektöründe üretim kapasitesinin modernizasyonu ve yeniden yapılanması ile verimlilik artışı sağlamak amacıyla hayata geçirilen "2023 Türkiye İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi" aynı zamanda sektörü yeni teknolojilerin kullanımı ile özel ve katma değeri yüksek elyaf ve iplik üretimine de yöneltmeyi hedefliyor. Stratejik Eylem Planı'nda 2023 yılına kadar üretimdeki talebin genişleyeceğini öngören sektör, konvansiyonel ürünler için talep artışının; nüfus, gelir ve talep artışının yaşanacağı gelişen ülkelerden, teknik tekstil ürünlerine olan talep artışının ise daha çok gelişmiş ülkelerden kaynaklanacağını söylüyor.

Deri sektörünün 2023 hedefi 4,5 milyar dolar

Türkiye'nin en eski sanayi dallarından biri olan deri sektörü, sahip olduğu bilgi birikimi, uluslararası pazar tecrübesi ve kaliteli üretim anlayışı ile ülke ihracatına da önemli bir oranda katkı sağlıyor. Ülke ihracatının gelişmesinde büyük bir potansiyele sahip olan sektör 1 milyar dolar civarında olan ihracatını 2023 yılında 4 buçuk milyar dolara çıkar-

manın hesaplarını yapıyor. Bu amaca ulaşmak için "2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılımı Projesi" çerçevesinde çalışmalarına hız veren sektör, deri işleme, deri ve kürkten giyim eşyası, saraciye ve ayakkabı gibi alt kırılımları da dikkate alarak Stratejik Eylem Planı'nı hazırladı. 2023 yılında 4 buçuk milyar dolarlık hedef doğrultusunda, başta yeni teknolojilerin kullanımı ile teknik ve high-tech ürünlere yönelik Ar-Ge çalışmalarını yaygınlaştırmayı planlayan sektör, markalaşma vizyonu ile tasarım ve üretimin alt segmentleri bazında uzmanlaşmayı planlıyor.

Deride yıllık yüzde 10 büyüme

2008 yılında gerçekleştirdiği 1.06 milyar dolarlık ihracatla dünya deri ihracatından yüzde 0,6'lık pay alan sektör, 2023 yılında ulaşmayı öngördüğü 4 buçuk milyar dolarlık ihracatla bu oranı yüzde 1,1'e çıkaracağını varsayıyor. Sektör dünya deri ticaretinden almayı öngördüğü yüzde 4 buçukluk rakamın; 750 milyon dolarını işlenmiş deriden, 750 milyon dolarını saraciyeden, 1 buçuk milyar dolarını deri konfeksiyondan, 1 buçuk milyar dolarını da ayakkabıdan elde

etmeyi planlıyor. Dünya ticaretindeki payını yüzde 1,8'den 2023 yılında yüzde 1,1'e çıkarmak gibi bir hedefe odaklanan sektör, bu rakama ulaşabilmek için söz konusu tarihe kadar yıllık ortalama yüzde 10'luk büyüme yaşaması gerekiyor. 2008-2023 yıllarını kapsayan süreçte, deri sektöründe gelişmekte olan ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörüldükçe, dünya mal ticaretinin ise yıllık ortalama artış oranının yüzde 5 düzeyinde olacağı öngörülüyor. Sektörün söz konusu süreçteki hedef pazarları arasında ise başta İtalya olmak üzere, Rusya, Çin, İngiltere, Almanya, Irak, Japonya ve İspanya gibi ülkeler yer alıyor.

Halı ihracatında psikolojik sınır aşıldı

Bu yılın ilk yansında 729 milyon dolarlık ihracat rakamı yakalayan sektör, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ihracatını yüzde 32 artıran halı sektörü, bu büyüme hızıyla yılı 1 milyar dolar psikolojik sınırın çok daha üzerinde kapatacağının haberini verdi. Yılın ilk yansında gösterdiği büyüme hızıyla 2023 ihracat hedefine koşar adımla ilerlediğini gösteren halı sektörü, "2023 Türkiye

İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılım Projesi" çerçevesinde çalışmalarına başladı. Sektör temsilcileri 2023 yılı ihracat hedefine ulaşmak için gerçekleştirilmesi gereken eylemleri belirlemek için geçtiğimiz ay bir araya geldi. Halı sektörünün ihracat performansını bir basamak daha yukarı taşıyacak konuların görüldüğü toplantıda, sektörün 2023'e ilerlerken izlemesi gereken yol haritası da çizildi. Buna göre, tasarım ve markalaşma ile katma değeri yüksek halılar üretmek için ihracatta miktar artışıyla birlikte değer artışının da sürdürülebilir olmasını sağlamanın gerekli olduğu noktasında hemfikir olundu.

Sektörün ilacı "Halı Hastanesi"nde

Halı sektörünün gelişimi için mevcut bilgi birikimini kullanarak "Organizatör Ülke" rolü ile "Halı Hastanesi" kavramı doğrultusunda faaliyetleri etkinleştirmenin sektörün hedefine ulaşmasında önemli bir basamak olacağı söyleniyor. Makine halısı imalatında yüzde yüz dışa bağımlı olan sektör için ithalattaki engellerin kaldırılması önemli bir konu. Bu konu ile ilgili yakın dönemde iyileştirmelerin yapılması gerektiğine dikkat çeken sektör temsilcileri özellikle enerji ve işçilik maliyetlerinin rakip ülkeler düzeyine çekilmesini istiyor. Belirtilen noktalarda iyileştirme yapılması halinde sektör 2023 yılında ihracatını 3 buçuk milyar dolara çıkarmayı düşünüyor. Söz konusu ihracat rakamı sektörün dünya halı ticaretindeki payını 1 buçuk kat artırması anlamına geliyor. Sektörün belirlenen ihracat rakamına ulaşabilmesi için halı bakım onarım ve temizliği konularında inovatif fikirlerin geliştirilmesinin önemli bir payı var. Bunun için eski halı bakım, tamir ve ticaretinin de geliştirilmesi gerektiğine dikkat çeken sektör, önümüzdeki 12 yıllık süreçte artan bir trendle yoluna devam edeceğini öngörüyor. ❖

our profession is denim fabric



Denim Global Kumaş Tic. Ltd. Şti.
Keresteciler Sitesi, Fatih Cad.
Uzun Sk. No: 20/A Merter - İstanbul
Tel: +90 212 637 16 10 - 20 - 67
Faks: +90 212 637 16 70
www.denimglobal.com

TRİKO SEKTÖRÜ GELECEKTEN UMUTLU



TRİKO SEKTÖRÜ, SON DÖNEMLERDE YAKLAŞIK YÜZDE 30 ORANINDA KÜÇÜLME YAŞADI. BAZI KÖKLÜ FİRMALARIN SEKTÖRDEN ÇEKİLMESİ YA DA EKONOMİK OLARAK İZLENEN KUR POLİTİKASININ SEKTÖRÜ ZORLAMASI BU DURUMUN SEBEPLERİ ARASINDA YER ALSA DA, ARTAN İHRACAT RAKAMLARI VE YAPILAN YENİLİK ÇALIŞMALARI KARŞISINDA, TRİKO SEKTÖRÜ GELECEKTEN UMUTLU.

Triko sektörü için, eskiden hazır giyim sektörünün lokomotifi olduğu belirtiliyor. Böyle bir konumdayken çeşitli gelişmeler sonucu eski etkinliğini yitiren sektörün, bu yıl içerisinde yeniden yükselişe geçtiği dile getiriliyor. Bu konuya ilişkin olarak Avrupa ve İngiltere'nin büyük mağaza zincirlerine yılda yaklaşık 2,5 milyon adet üretim yapan, imalatçı ve ihracatçı bir firma olan Akademi Tekstil'in kurucularından olan Okyay Mızrak ile görüştük.

Mızrak, 2010 yılında Türkiye'den yapılan toplam 14,6 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 7,9 milyar dolarlık kısmını örme giyim eşyaları ve aksesuarlarının, bu rakamın içindeki 1,5 milyar doları da triko ürünlerin ihracatının oluşturduğunu belirterek sözlerine başlıyor. Mevcut durumuna ilişkin olarak, triko sektörünün son beş yılda çok kan kaybettiğini söyleyen Mızrak, yaklaşık yüzde 30 oranında bir küçülme olduğunu, bazı iyi ve köklü firmaların sektörden çekildiğini ya da küçüldüğünü, bir kısmının da kendi ihracatını durdurduğunu ve fason üretim yapmaya başladığını dile getiriyor. Ancak bu yılın yeniden toparlanma yılı olabileceğini belirten Mızrak, yeni firma kurulmasının pek rastlanan bir durum olmadığını, yeni yatırımların az, fakat modernizasyon yatırımlarının ve kapasite artırımlarının oldukça dikkat çekici boyutta olduğunu ve önümüzdeki bir ya da iki yıl içerisinde sipariş miktarında da yeniden



Okyay Mızrak, iç pazarın Bangladeş'ten gelen ucuz ve kalitesiz ürünlerin baskısı altında olduğunu söylüyor.

yükselişin süreceğini umut ettiğini sözlerine ekliyor.

En büyük ithalat Bangladeş'ten yapılıyor

"Triko sektöründe ithalatın miktarından çok artış hızı önemli bizim için. Son 5 yılda triko ithalatı yıllık on kat artış yaşıyor. Bu da ülkemize kontrolsüz bir şekilde ucuz, ancak çok kalitesiz ve sağlığa zararlı ürün girdiğini gösteriyor. Bu durum hem kullanıcı açısından hem de yerli üretimimiz açısından çok tehlikeli... Bu konuyla ilgilenen İHKİB EKOTEKS laboratuvarından aldığımız veriler de bu görüşümü destekliyor. Üreticimiz iç pazarı da kaybediyor. İthalatı bu şekilde körükleyen ne yazık ki bizim mağazalar zinciri sahiplerimiz. DTM raporlarına göre hazır giyim ithalatında en büyük artış trikoda ve bu da Bangladeş'ten yapılıyor" diyerek sektörün ithalat ayağını kısaca anlatıyor. "Ancak ithalatta haksız rekabetten korunma tedbirleri doğrultusunda konulan ek vergiler de ithalatı kısmen de olsa yavaşlatacak gibi

görünüyor. Bunun sonuçlarını yıl sonunda alabiliriz. Aslında 22 Temmuz'da yürürlüğe giren bu tebliğ, hassas bir konu ve farklı kesimler için farklı görüşlere sebep oluyor. Dış ticaret açığı ve cari açık yüzünden bu ek vergilerin uygulanması gerekiyor ancak iç piyasada özellikle vergisiz alınan hammadde bittikten sonra üretilecek olan kış ürünleri için fiyatların artacağı aşikar. Ayrıca vergilerin kumaşlar için de uygulanıyor olması bu durumun bazı ihracatçıların işlerini zorlaştıracağı ve azaltacağı görüşünü de destekliyor" şeklinde açıklamada bulunarak, belki de son dönemlerde en çok tartışılan konu hakkında görüşlerini belirtiyor.

Kur politikası, sektörü en çok zorlayan konu

Söz sektörde yaşanan sıkıntılara geldiğinde Mızrak, bu konunun birkaç şekilde ele alınması gerektiğini söylüyor. Ekonomik olarak izlenen kur politikasının sektörü en çok zorlayan konu olduğunu belirten Mızrak, ürettiklerinin yüzde 65-70'ini ihraç

eden bir sektör olarak kurlar yüzünden geçen dönem fiyat tutturamaz ve sipariş alamaz hale geldiklerini anlatıyor. Diğer yandan ithalatın cazip hale gel-

diğini ancak son zamanda döviz seviyesindeki artışın sektöre çok olumlu yansıdığını, tekrar canlanma yoluna girdiklerini ve şimdilik bir yükseliş eğilimleri olduğunu dile getiriyor. Hammade fiyatlarının şimdi olması gereken yerde olduğunu fakat çok yakın bir dönemde inanılmaz seviyelere yükseldiğini belirten Mızrak, bu yükseliş döneminde müşterilerine yüksek fiyatlar sunduklarını ve onların da yeni arayışlara yönelmelerine sebep olup kiminin de Türkiye'den çekilmesine yol açtıklarını söylüyor. Yaşanan siyasi gelişmelerin ise farklı bölgelerde farklı sonuçlar doğurduğunu dile getiren Mızrak, "Örneğin Rusya ile yaşanan gelişmeler Laleli pazarına pek olumlu yansımada. Bu pazar çok önemli çünkü trikocular yalnızca bu pazara kendi markası ile ürün satabiliyor. AB ülkelerine fason üretim yapıyoruz. AB pazarında fiyatlar her geçen sürede sürekli düşüş eğilimi gösteriyor. Olumlu bir gelişme olarak ise kendi markamızla ürün



sattığımız Arap ülkelerine resmi ithalatta önemli artış görülmesini örnek gösterebiliriz.” diyerek yaşanan gelişmeleri aktarıyor.

AB ülkeleri ve Rusya en büyük pazar

Sektöründe yurtdışı pazarına ilişkin olarak Türk triko üreticisinin en büyük pazarının AB ülkeleri ve Rusya olduğunu belirten Mızrak, AB ülkelerine yapılan ihracatın son yıllardaki düşüşten sonra bu yıl tekrar artış gösterdiğini dile getiriyor. Ancak bu pazarlarda

Rusya pazarında markalaşma kısmen başarılı olmuş durumda.

yaşanan belli başlı sıkıntılar da olduğunu dile getiren Mızrak, AB pazarında fiyatların sürekli düşme eğiliminde olmasının üreticilerin sipariş almasını zorlaştırdığını, Rusya pazarında da ihracat yolları ve kargo konularındaki sıkıntıların bir türlü çözülmediğini anlatıyor. “İç pazarımız Bangladeş'ten gelen ucuz ve kalitesiz ürün baskısı altında. Özellikle İstanbul'dan sonra en büyük üretici olan Gaziantep bölgesindeki üreticilerimiz bu sıkıntıyı fazlasıyla yaşıyor. Diğer yanda oluşan Irak pazarı ile bu

zorluk belli ölçüde telafi edilmeye çalışılıyor. Triko üretiminin yoğunlaştığı ve toptan bölgesi olan Bayrampaşa'da geçen yıl ve bu yıl Arap ve Azeri müşterilerinde önemli artış görülüyor” diyen Mızrak, sektörün yeni pazar ve yeni müşterileri arayışlarını yoğunlaştırdığını sözlerine ekliyor.

Ortadoğu ve Rusya'da Türk markası

Moda ve markalaşma günümüzde her sektörde oldukça önem taşıyor. Mızrak trikoda iç pazarda moda olmanın çok zor olduğunu, hatta mevcut markaların bir kısmının da bazı zorluklar yaşadığını belirtiyor. Genel olarak yalnızca trikoda marka olmanın çok zor olduğu düşüncesinin yaygın hale geldiğini, markalaşmanın kısmen Rusya pazarında başarılı olduğunu, ancak onun da bu pazar bölgesiyle

TOPARLANMA VE YÜKSELME SÜRECİ

AKORT Fuarçılık tarafından, Gaziantep Sanayi Odası ve Gaziantep Trikotajcılar ve Çorapçılar Odası işbirliği ile 21-24 Temmuz 2011 tarihleri arasında Gaziantep Ortadoğu Fuar Merkezi'nde, TRİKONFEX 1.Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri Fuarı gerçekleştirildi. TRİSAD'ın destek verdiği, seminer düzenlediği ve TRİSAD Başkan Vekili Ümit Somuncu'nun da bir konuşma yaptığı fuara yönelik olarak “Ülkemizde İstanbul'da bile başarılı bir fuar yapmanın zor olduğu bir dönemde, Gaziantep'te yaklaşık 200 firmanın katılımı ile 5000 metrekarelik bir fuarın düzenlenmesi çok önemli bir durum. Bu bir toparlanma ve yükselme sürecidir. Biz sonuna kadar destek vereceğiz. Gerekirse İstanbul firmalarını oraya götüreceğiz. Bu fuarın devamı gelmelidir, gelecektir. Sektörümüz tekrar toparlanacak ve eskiden olduğu gibi hazır giyim sektörünün lokomotifini olma yolunda çaba sarf edecektir.” diyen Mızrak, sektörün geleceğine ilişkin görüşlerini de belirtiyor.



sınırlı kaldığını dile getiriyor. “Son dönemde özellikle Ortadoğu ve Rusya'da Türk markasının kaliteyi ifade etmesi doğrultusundaki söylemleri sevindirici bir gelişme. Diğer yandan artık birçok firmamız kendi koleksiyonunu hazırlıyor ve butik bazında da olsa kendi koleksiyondan satış yapabiliyor. Bu durum da moda üretimi için önemli bir adımdır. Ancak yine de moda dizayn etmek konusunda önümüzde daha çok yol olduğunu düşünüyorum, bu anlamda moda ile ilgili teşvik ve desteklerin tekrar gözden geçirilmesi gerekiyor.” diyen Mızrak, sektörde yapılabilecek yenilikleri de dile getiriyor.

TRİSAD sektörün ülke genelindeki tek temsilcisi

Sektörler içerisinde dernekler önemli bir tutuyor. Triko sektöründe de bu oluşum bugüne kadar yaptıkları ile Türkiye unvanını almış ve triko sektörünün ülke genelinde tek temsilcisi Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD) oluyor.

Mızrak, her dönem üyelerinin ihtiyaçlarına göre yıllık faaliyetlerini planlayıp yürüten derneğin, bugüne kadar sektörel anlamda birçok sorunu bakan seviyesinde ilettiğini ve çözümlenmesini sağladığını belirtiyor. Mızrak, derneğin bu yıl için sektörün nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak için TRİSAD Meslek Lisesi'nde yetişen elemanların yanında İŞKUR ile işbirliğine gidilerek mesleki kurslar açtığını, her sezonda Trikoda moda trendlerini tanıtan seminer düzenlediğini belirtiyor. Son olarak Mızrak, derneğin ileriki dönem planları arasında 2012 yılından itibaren “Trikoda Yeni Ufuklar” konulu bir proje hazırlamak ve İGEME destekli bu projenin 2 yıl süreli olacak ve sektöre yeni pazar ve yeni müşteri bulmada rehberlik edeceğini sözlerine ekliyor. ❖



ANATEKS

www.anateks.com.tr

KALİTE VE HİZMETTE DAİMA İLERİ...



Cavcav

- Ne 16/1 – 60/1 arası %100 ve karışimli
- Antibakteriyel, koku ve ter yapmayan, ultraviole ışıklarından koruyan

Polyester

- Ne 10/1 – 60/1 arası %100 ve karışimli

Akrilik

- Ne 10/1 – 60/1 arası %100 ve karışimli

Polyamid

- Ne 10/1 – 60/1 arası %100 ve karışimli

Penye İplik

Karde İplik

Open End İplik

Melanj İplik

Sentetik Karışimli İplik

Boyalı İplik

Elyaf Boyama

Bükümlü İplik

Ham Örgü Kumaşı

Boyalı Kumaş
(Tüp ve açık en boyama)

Kasarlı Kumaş

Since 1970

Pamuk, Polyester, Akrilik, Viskon, Bambu, Cavcav, Polyamid, Elyaflarının %100 ve karışımları, renkli ve ekrü olarak yapılabilir. Örgü Açık En boyahane işletmemiz devreye girmiştir.

Geri dönüşüm tesislerimizde tekstil atıklarını değerlendirerek ürettiğimiz ürünler ile artık çevreye ve ekonomiye daha fazla katkı sağlıyoruz.

Merkez / İSTANBUL Keresteciler Sinesİ Fatih Cad. Yıldırım Sok. No 18 34010 Merter / İSTANBUL
Tel : +90 212 644 02 88 (Pbx) Fax : +90 212 644 02 85-86-87 E-Mail : istanbul@anateks.com.tr

Satış Ofisi / DENİZLİ Sarıy Mah. Selçuk Cad. Müsaoglu İş Mrk. A.B. Kat:2 D.11 Bayramyeri / DENİZLİ
Tel : +90 258 241 36 63 - 39 Fax : +90 258 241 80 81 E-Mail : denizli@anateks.com.tr

Fabrika / MALATYA Karakavak Mevki Polis Okulu Karşısı P.K. 102 44000 MALATYA
Tel : +90 422 238 01 62 Fax : +90 422 238 11 77 E-Mail : info@anateks.com.tr

Satış Ofisi / BURSA Yeni Yalova Yolu Buttim İş Merkezi A Blok Kat:3 No: 668 GŞMANGAZI / BURSA
Tel : +90 224 211 23 88 - 89 Fax : +90 224 211 23 09 E-Mail : bursa@anateks.com.tr



KREDİ ALIRKEN EN SIK YAPILAN 5 HATA

HERKES ZAMAN ZAMAN KREDİ ALMAYA İHTİYAÇ DUYABİLİYOR, ANCAK OLDUKÇA ÖNEMLİ OLAN BU SÜREÇTE, NE YAZIK Kİ BAZI HATALAR SIKLIKLA YAPILIYOR. KREDİ ALIRKEN EN SIK YAPILAN 5 HATANIN AÇIKLANDIĞI İNCELEMEDE, KREDİ ALIRKEN YETERİNCE ARAŞTIRMA YAPMAMAK VE TOPLAM KREDİ MALİYETİNİ HESAPLAYAMAMAK GİBİ SORUNLAR İLK SIRALARDA YER ALIYOR.



Kurumsal ya da bireysel olarak alınan kredilerin, "kritik" zamanlarda kurtarıcı olması amaçlanıyor. Durum böyle olsa da kredi alırken çok yönlü düşünülmemesinden dolayı, bazı hatalar sıklıkla yapılıyor. Kullanıcılarının banka kredileri, uçak biletleri, kasko ve trafik sigortası seçenekleri, internet bağlantı servisleri ve GSM tarifelerini karşılaştırarak kendilerine en uygun seçeneği bulmalarını kolaylaştıran karşılaştırma sitesi Enuygun.com Baş Analisti Betül Sungurlu, her ay bu siteyi ziyaret eden 500 binden fazla kişinin kendileri için en uygun krediyi değerlendirdiğini, yaptıkları incelemeler neticesinde de kredi alırken bazı hataların çok sık yapıldığının ortaya çıktığını belirtiyor. Sungurlu, kredi alırken en sık yapılan 5 hatayı şu şekilde sıralıyor:

1. Kendi bankasına sadık kalmak

Yalnızca kredi değil, her türlü finansal ürün ihtiyacında bankasına sadık kalmayı tercih edenler, hatta bankasına tutkuyla bağlı olanların sayısı hiç de az değil. Sadakat eşsiz bir duygu olsa da finansal

kararlarda matematiksel düşünmek de önemli. Örneğin, 5 bin TL ve 24 ay vadeli bir ihtiyaç kredisinde bankalar arası fiyat karşılaştırması yaparak en uygun krediyi veren bankayı seçen tüketicinin kazancı 1.000 TL'yi aşıyor.

2. Yeterince araştırma yapmamak

Bankaların yeni müşteri edinmek için anlaşma yaptığı kurumlar arasında inşaat şirketleri ve otomobil bayileri de yer alıyor. Markalı bir konut için herhangi bir inşaat şirketine ya da otomobil almak için bayiye giden tüketici, sadece anlaşma yapılan bankanın ya da bu firmaların kendi tüketici finansman ürünü olan kredi seçenekleri arasından seçim yapıyor. Oysa bugün Türkiye'de 15'in üzerinde banka, sayısız kredi seçenekleri ile kıyasıya rekabet halinde. Bu seçenekleri internet üzerinde karşılaştırarak kolaylıkla kişiye en uygun kredi bulunabilir.

3. Toplam maliyeti hesaplayamamak

Kredi karşılaştırması yapılırken düşünülen en büyük hatalardan biri de sadece faiz oranına odaklan-

mak. Oysa kredinin masrafları, vergileri, hatta sigortaları da maliyeti etkiliyor. Aynı bankanın bile standart kredi, masrafsız kredi, indirimli kredi gibi seçenekleri bulunuyor. Tüm kredi seçeneklerini sadece faiz oranı ile karşılaştırmak, elma ve armutları karşılaştırmaktır ve en avantajlı krediyi belirlemek için yeterli değildir. Cebinizden çıkan toplam tutarı görmeniz, kredileri karşılaştırmanız için daha doğru bir yöntemdir.

4. İhtiyaca yönelik en avantajlı krediyi belirleyememek

Otomobil almak için tek seçeneğin taşıt kredisi, konut almak için konut kredisi olduğunu düşünmek yapılan hatalardan biri... Oysa bankalar ihtiyaç kredilerini de 50 bin TL'ye kadar ve 60 aya varan vade seçenekleri ile tüketicilere sunuyor. Eğer alınması düşünülen kredi tutarı bu limitler dahilinde ise kefil, otomobil rehini, konut

ipoteği ve ekstra sigorta maliyeti getirmeyen ihtiyaç kredisi de seçenekler arasında değerlendirilebilir. Toplam maliyet üzerinden çapraz karşılaştırma yaparak en avantajlı kredi türü seçilebilir.

5. Kısa vadeli düşünüp kredi skorunu düşürmek

Sıklıkla yapılan hatalardan biri de, kredi geri ödemesinin ilk birkaç ayının hesaplanması, kalan ayların ise şansa bırakılması oluyor. Oysa tüm kredi planlamalarında vade boyunca ödeme kabiliyetinin önceden hesap edilmesi, bütçede kredi taksitlerine yer açılması gerekiyor. Zira tüketicinin taksit ödemelerinde yaşadığı sorunlar bankası ile arasında sır olarak kalmıyor. Tüm bankalar kredi müşteri bilgilerini birbirleri ile paylaştığından ileride tüketicinin bir daha hiçbir bankadan kredi çekememesine kadar varabilecek sonuçlara yol açabiliyor. ❖

Perakendede ölçeklerin büyüdüğü, verimliliğin arttığı yepyeni bir dönem başlıyor.

Satın almadan üretime, planlama ve bütçelemeden satışa, finans yönetiminden mağaza yönetimine, tüm uygulamaların birbiriyle entegre çalıştığı, kapsamlı, büyümenize kolaylıkla uyum sağlayabilecek yepyeni bir ERP çözümü, Nebim V3 ile verimliliğin gizli gücünü keşfedin.

NEBİM

V3

Daha fazla bilgi için:
www.nebim.com.tr/nebimv3

NEBİM

ORTADOĞU, TÜRKİYE İÇİN HER MEVSİM BAHAR

2009'DAKİ KÜRESEL KRİZLE BERABER İHRACATTA YÖNÜNÜ ORTADOĞU'YA ÇEVİREN TÜRKİYE, HIZLI BİR TRENDE GİRMİŞKEN "ARAP BAHARI" İLE BİR MİKTAR YAVAŞLADI. **SIYASİ GERGİNLİKLERİN HİÇ EKSİK KALMADIĞI YAKIN COĞRAFYAMIZ, TÜRKİYE'YE TURİZMDEN ENERJİYE, TEKSTİLDEN GIDAYA KADAR TÜM ÜRÜN GRUPLARINDA FIRSAT YARATILYOR. BÖLGEYE YERLEŞEN TÜRK İŞADAMLARI İSE ORTADOĞU İLE TARİHSEL BAĞLARIMIZI TİCARİ KÖPRÜLERE DÖNÜŞTÜRÜYOR.**

Arap Yarımadası, Körfez ülkeleri, Mısır ile Libya gibi Kuzey Afrika ülkeleri ve geniş topraklara yayılan İran. İnsanlık tarihinin başladığı bu kocaman coğrafyanın adı olarak kullanılıyor Ortadoğu. Bölgeden Türkiye'ye bakınca, Avrupa ve Asya'yı birbirine bağlayan ülkemizin farklı bir imaja sahip olduğunu görüyoruz. Arap ülkelerinde gerçekleştirilen Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı'nın (TESEV) 2009 ve 2010 yıllarında yaptığı kamuoyu araştırmalarında, Türkiye'nin bölgedeki çekiciliğinin bir hayli yüksek olduğu ortaya koyuluyor. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Görevlisi olan Meliha Benli Altunışık "Türkiye'nin Ortadoğu'daki 'Yumuşak Gücü' ve Önündeki Engeller" adlı makalesinde, bu çekiciliğin Türkiye'nin dış politikasının algılanış biçimi, siyasi ve ekonomik dönüşümünün bir başarı hikayesi olarak görülmesi ve kültürel etkisinin sonucu olarak ortaya çıktığını belirtiyor. Gerek Türkiye'nin bu imajından, gerekse Ortadoğu ülkelerinin siyasi, eko-



Ortadoğu'nun her köşesinde yükselen AVM'ler Türk girişimciler için de fırsat sağlıyor.

nomik ve kültürel konumlarından kaynaklanan sebeplerle, zaman zaman bölgede krizler yaşansa da Ortadoğu, Türkiye için geniş bir pazar oluşturuyor. Bölgedeki ülkelerde ya da Türkiye'de kurulan işadamları dernekleri de ikili ilişkilerde etkin roller üstleniyor. Bu noktadan hareketle Mısır, Irak, Katar ve bu ülkelerle ilişkileri geliştirilmek amacı ile kurulmuş işadamları derneklerini ele alarak Ortadoğu pazarında Türkiye'nin konumunu gözden geçirdik...

Mısır ekonomisine genel bir bakış

Öncelikle Mısır'ı ele alırsak, Stratejik Düşünme Enstitüsü (SDE) Yüksek İstişare Kurulu Üyesi Doç. Dr. Kıvılcım Metin Özcan'ın 2011 yılında kaleme aldığı yazısında Türkiye'nin, Mısır ile iktisadi ilişkisinin şimdiye kadar imzalanmış anlaşmalarla kuvvetlendirildiği belirtiliyor. Buna ek olarak Türkiye'nin Ortadoğu siyasi açılımlarının bölge ile olan alışverişini canlandırdığı, ancak 2011 yılının başlarında yaşanan krizler ve ayaklanmaların bu canlı ilişkinin seyrini değiştirdiği dile getiriliyor. Mısır'ın

dünyada küçük ülke olarak adlandırılan ve küresel mali piyasaları etkileyecek kadar büyük olmayan bir ekonomiye sahip olduğu belirtiliyor. Ekonomisi 2009 yılında tüm dünyada yaşanan finansal krize rağmen büyümesini sürdüren Mısır, o yıl yüzde 4,7 büyüme gerçekleştirdi. 2009 yılındaki ekonomik büyümenin yüzde 3,5 oranının özel sektör tarafından sağlandığı belirtilen yazıda, kamu sektörünün ekonomik büyümeye katkısının ise yüzde 1,2 düzeyinde kaldığı dile getiriliyor. Mısır, dünyanın en büyük buğday ithalatçısı ve pamuk ihracatçısı ülkesi olmasına rağmen, 2009 yılında Mısır'ın dış ticareti de global krizden etkilendiği de haberde yer alıyor. Bunun yanı sıra Türkiye, Mısır'a demir-çelik, tekstil, kimyevi maddeler ve makine parçaları satıp, Mısır'dan da petrol yan ürünleri ithal ediyor.

Türk-Mısır İşadamları Derneği yaklaşık on yıldır faaliyette

Türk-Mısır İşadamları Derneği TÜMİAD'ın temelleri 2003 yılında atıldı. Türk ve Mısırlı işadamları

tarafından Mısır'da kurulan, değişik sektörlerden üyeleri olan ve başkanlığını ise Zeki Akıncı'nın üstlendiği dernek, Mısır ile Türkiye arasındaki ekonomik ve kültürel ilişkileri geliştirmeyi amaçlıyor. Üyelerine iş piyasası hakkında bilgiler ve çeşitli sektörlerde ait deneyimler sunan TÜMİAD'ın, Türkiye'de çeşitli sivil toplum kuruluşları, Mısır'da (EBA) Mısır İşadamları Derneği, ayrıca Mısır ve Türkiye Büyükelçilikleri ile işbir-

liği içerisinde olup halihazırda 520 civarında üyesi bulunuyor. Türkiye'nin bu bölgede yatırımlarının artması, TÜMİAD'a da bazı yansımalarla bulunuyor ve Mısır Arap Cumhuriyeti'nde artış gösteren Türkiye yatırımlarına paralel olarak, son dönemde çok sayıda büyük ölçekli Türk ve Mısır sanayi kuruluşu da derneğin üyeleri arasında yer alıyor.

Irak, işadamlarının yatırımını bekliyor

Diğer bir Ortadoğu ülkesi Irak'ta ise Türk girişimcileri için konut, karayolları, demiryolları, sulama sistemleri gibi altyapı yatırımlarıyla, özellikle çimento başta olmak üzere, inşaat malzemeleri önemli bir pazar oluşturuyor. Irak'ın coğrafi ve lojistik avantajları nedeniyle Türk müteahhitlik firmaları için büyük bir potansiyel vaat ederken, inşaat alanında bölgede faaliyet gösteren firmaların sayısı sürekli artışta. Yanı sıra Irak Hükümeti, son dönemlerde Türk işadamlarına Irak'ta yatırım yapmaları için çağrılarını sıklaştırdı. Petrol ülkesi olan Irak, bu yıl yeni projeler için 30 milyar dolar ayırdı. Savaşın yıkımını yaşayan Irak, dünya üzerinde bayındırlıkta en fazla açığı olan 10 ülke arasında yer alıyor. Bu nedenle ülkede 10 milyarlarca dolarlık yatırım ihtiyacı bulunurken, Irak yatırımcılar





için önemli fırsatlar da sunuyor. Türkiye'den firmaların hızlı ve kaliteli üretimi, Avrupa'dan çok daha ucuza bölgeye ulaşıyor. İki ülke arasındaki ilişkilerin gelişmesi için ülkemizde 2006'da kurulan Türkiye-İrak İşadamları (TİRİAD) Derneği, Mersin'de konumlanıyor ve derneğin başkanlığını Ahmet Sofuoğlu üstleniyor. Erbil'de de şubesi bulunan derneğin temel kuruluş amacı iki ülke arasında sanayici ve işadamlarının ortak sesi olmak. Bölgesel, sektörel ve uluslararası ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmak isteyen dernek, Irak ve Türkiye arasında ticaret ve kalkınma vizyonları geliştirerek, bölgeler arası ticarete, üyelerin pazar paylarının ve rekabet gücünün artırılmasına yardımcı olmayı hedefliyor. İki ülkede yapılacak önemli ihaleleri izlemek ve bu ihalelere ait dokümanları sağlayarak ilgili üyelerine duyurmak, iki ülkede fırsat ve tehditleri izlemek, araştırmak, bu konularda uygun stratejiler geliştirerek haya-

ta geçirilmesini sağlamak ve bunlardan üyeleri haberdar etmek, derneğin diğer hedefleri arasında yer alıyor.

Katar'daki iş imkanları

Arap Yarımadası'nın doğusunda bulunan, tahminen 20 bin kadar Türk'ün yaşadığı Katar, işadamlarımızın yatırım yapabileceği ya da ortaklık imkanı bulabilecekleri diğer bir parlayan Ortadoğu ülkesi... Yeni projeleri hayata geçirmeyi planlayan Katar'da yapılması istenilen yatırımların çoğu yapı ve inşaat sektöründe yer alıyor. Petrol ile doğalgaz fiyatlarındaki artış ve 2022 Dünya Kupası'nın Katar'da yapılacak olması ülkedeki inşaat yatırımlarına ağırlık verileceğine işaret ediyor. Tüm bu nedenlerden dolayı Katar'da Türkiye için oldukça büyük bir ticaret potansiyeli bulunuyor ve bu potansiyelin müteahhitlik, yatırım ve ihracat alanında yoğunlaştığı belirtiliyor.

Katar'da kurulan Katar Türk

İşadamları Derneği, ülkede aktif olarak çalışan 30 Türk şirketi- ni ve yabancı şirketlerde çalışan Türk profesyonellerini temsil ediyor. Derneğin amaçları arasında iki ülke arasında ekonomik, ticari ve kültürel ilişkileri geliştirmek, aktivitelerini iki ülke halkı arasında karşılıklı bir dayanışma anlayışıyla yürütmek, Katar'da Türk işadamlarının ticari çıkarlarını temsil etmek, bölgede bulunan Türk firmalarını, onların sahip olduğu değerleri ve hizmeti artırmak, Katar'da Türk şirketleri, Türk işadamları ve diğer şirketler arasındaki ticari ilişkileri geliştirmek ve iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin gelişmesine yardımcı olmak yer alıyor. Başkanlığını Alkas Bekişoğlu'nun üstlendiği dernek, bu amaçları gerçekleştirmek için Katar Hükümeti'nin ilgili birimlerin, diğer devletlere ve özel organizasyonlara karşı üyelerinin çıkarlarını temsil etmek, üyelerini destekleyip organize etmek için yazılı materyal hazırlayıp dağıtmak, der-

neğin amaçlarına ulaşması amacıyla reklam ve haber sirkülasyonu sağlamak, üyeleri, yerli halk ve özel organizasyonlar arasında kültürel, sosyal ve iş ilişkilerini artırmak, ticari fuarlara katılmak ya da katkıda bulunmak için düzenli toplantılar ve seminerler organize etmek, Türk şirketlerini Katar'a yatırım yapmaları için cesaretlendirmek, Katar'daki yerel ve uluslararası şirketlerde Türkiye'deki iş olanakları açısından bir bilinç oluşturmak ve onları Türkiye'ye yatırım yapmaya teşvik etmek gibi çalışmalar da bulunuyor. Yabancı yatırımcılar Katar'da, Katarlı bir işadamların şirketin yüzde 51'ine sahip olması şartıyla her alanda yatırım yapabiliyorlar. Ancak Katar Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı yabancı şirketlere tarım, sağlık, eğitim, sanayi, turizm, enerji, madencilik ve doğal kaynakların gelişimine yardımcı olacak yatırımlarda kurulacak şirketin yüzde 49 ya da yüzde 100'üne sahip olma imkanı tanıyor. ❖

*Aksesuar,
değer katar!*



www.leras.com.tr




LERAS[®]
TEXTILE ACCESSORIES

Eski Londra Asfaltı No:101 Güngören / İstanbul Tel: 0212 505 0 505 Fax: 0212 539 04 16

VERGİ DENETİMİNDE YENİ BİR SAYFA AÇILDI

**MALİYE TEFTİŞ KURULU,
HESAP UZMANLARI
KURULU VE GELİRLER
KONTROLÖRLERİ
BAŞKANLIĞI TEMMUZ
AYINDA ÇIKAN KANUNLA
KAPATILARAK, VERGİ
DENETİM KURULU
BAŞKANLIĞI ÇATISI
ALTINDA TOPLANDI.
YENİ OLUŞTURULAN
KURULLA VERGİ
DENETİMİNDE ÇOK
BAŞLILIK VE DAĞINIKLIK
ORTADAN KALDIRILDI.**

11 Temmuz tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanan kanun hükmünde, 1879 yılında kurulan Maliye Teftiş Kurulu ile 1945 yılında kurulan Hesap Uzmanları Kurulu kapatıldı ve bu iki kurul organlarıyla birlikte Maliye Bakanlığı çatısı altında yeni oluşturulan “Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı” unvanı altında toplandı. Yapılan açıklamada, bakanlık bünyesinde oluşturulan Vergi Denetim Kurulu’yla vergi denetiminde çok başlılık ve dağınıklığın ortadan kaldırıldığı belirtildi. Kararname uyarınca “Maliye Başmüfettişi”, “Maliye Müfettişi”, “Maliye Müfettiş Yardımcısı”, “Baş Hesap Uzmanı”, “Hesap Uzmanı” ve “Hesap Uzman Yardımcısı” kadroları iptal edilerek, “Vergi Başmüfettişi”, “Vergi Müfettişi” ve “Vergi Müfettiş Yardımcısı” kadroları ihdas edildi. Biz de bu noktadan hareketle Yeminli Mali Müşavir Dr. Nedim Türkmen ile yaşanan bu son gelişmeler üzerine bir söyleşi gerçekleştirdik.





Yeminli Mali Müşavir Dr. Nedim Türkmen, çalışmaların tek bir merkezde yapılmasının, vergi denetiminde verimliliği oldukça artıracağına inanıyor.

Vergi denetiminde yapılan yeni düzenlemeyi farklı ve önemli kılan nedir?

Maliye Teftiş Kurulu, Hesap Uzmanları Kurulu ve Gelirler Kontrolörleri yüzyılı aşkın bir süredir var. Bu kurumların bir kanun hükmünde kararname ile bir günde kapatılmasının ardından duygusal bir boyut oluşması gayet normal. Çünkü bu müessese bunca yıl boyunca bir sürü değerli insan yetiştirmiş. Türkiye’de vergi politikasına yön veren bir sürü iş yapmış. Bu ünvanların bir anda ortadan kalkmasının insanları üzmesi normal. Bence burada “Bu düzenleme ile acaba vergi denetimi daha etkin olacak mı? Türkiye’de ideal bir vergi düzeni oluşmasına fayda sağlayacak mı ya da Türkiye’de vergi reformunun bir ön ayağı olacak mı?” gibi soruları tartışmak lazım.

Bu siyasi bir karar mı?

Bir kere yasa ile olduğuna göre siyasi bir karar tabii... İktidarın sekizinci yılı ve bu konu iktidarın planında sekiz yıldır vardı ve bu yıl başardılar diyelim.

Bunun karşısında bir mukavemet mi vardı?

Vardı tabii... Yıllardır Maliye Bakanlığı’nda üst düzeyde bürokratlar bu kurumlardan yetişmiş. Maliye Müsteşarı da Gelir İdaresi Başkanı da belli bir kökene sahip. Bu insanlar doğal olarak o çıktıkları kurulların haklarını da savunuyorlar. Maliye Bakanı geliyor, sistemin başına oturuyor. Bir şeyler yapmaya çalışıyor ama duruma çok hakim değilse onu da yönlendirmek, ikna etmek mümkün oluyor.

Bu uygulamanın, halihazırda denetimde olan ya da denetime girecek firmalar açısından bir takım sıkıntılara doğurabileceği endişesi var...

Firmaları asla bu tür sıkıntılar beklemiyor. O görevi yapan insanların “Hükümet kararı ile bizim kurullar kapatıldı, ben de bunun acısını mükelleften çıkarayım.” gibi bir yaklaşımda olması beklenemez. Çünkü bunlar Türkiye’nin en saygın okullarından mezun olan, çok zor

rın belirleneceği, hangi sektörlerin inceleneceği, nerelere gidileceği gibi çalışmaların tek bir merkezde yapılmasının, etkinliği oldukça artıracağına inanıyorum. Önceki düzen devam ediyorken, bu hep değiştirilse deniyordu ancak değiştirilemiyordu. Şimdi bu yaşananlar, şu andaki iktidarın bunu değiştirecek kadar güçlü olmasından kaynaklanıyor.

Düzenleme şu anda anayasa mahkemesinde itiraz talebiyle bekliyor. Sizin yorumunuz ne olur?

CHP konuyu anayasa mahkemesine götürmüş. Olabilir tabii. Yetki kanununun bunu içermediği söyleniyor. Böyle bir yorum yapılabilir ama kanun hükmünde kararname ile yapılmış düzenlemeye anayasa mahkemesinin vereceği karara yönelik bir beklenti içerisinde olmak da doğru değil. Burada yeni durumu veri kabul edip buna göre ülkeye hizmete devam etmek, en iyisini yapmak lazım. Kabul etmek kolay olamayabilir, hak veriyorum ama sonuçta bu ülkeye herkes hizmet ediyor. Karşılığında da alıyor. Biz en iyisini yapmak zorundayız. Zaten o kurumdaki insanlar da bu kültürle yetişmişlerdir. 15-20 gün bir şey olur ama daha sonra herkesin bunları unutup eski günlerdeki gibi hatta onun daha da üstünde bir performans göstereceğine inanıyorum.

sınavları geçen ve sonuçta devlet terbiyesi almış insanlardır. Ben böyle bir şeyi asla düşünmüyorum.

Bu düzenleme mevcut siyasetin bir sonucu muydu yoksa başka bir hükümet, bir başka anlayış da bunu yapar mıydı?

Bu, hükümetin ne kadar güçlü olduğuna bağlı. Aynı işi yapan dört birimin olmasını açıklamak çok zor. Bu birimlerin birleştirilmesi için daha etkili olmalarını sağlayabilir. Ben, hangi programla-

ÖZEL SEKTÖR VERGİ REFORMUNA HAZIR MI?

Kesinlikle hazır değil. Bu konu Basel II ile ilgili tartışmalarla gündeme geldi. Benim bir tespitim var ve bunu her yerde söylüyorum. Türkiye ekonomisi verimsiz... Çünkü ülkemizde iş yerlerinin yüzde 95’i, 1-9 sayısı arasında işçi çalıştırıyor. Böyle küçük bir yapıdan hiç bir şey çıkmaz. Çıkmıyor da zaten. Oysa biz biliyoruz ki ölçeğin büyümesi gerekiyor. Ekonomi verimsiz olduğu için ve bu insanlar hayatlarını zor kazandıkları için kayıt dışına çıkıyorlar ve devlete ödemeleri gereken vergilerle geçiniyorlar. Bu ekonomik yapı nedeniyle Türkiye’de hiçbir şey olmaz. Ülkemiz vergi reformuna hazır değil. Zaten ölçek büyüyecek, verimlilik artacak ve biz bu verimlilikten pay alacağız. Türkiye’de 100 yılı aşan bir müessese, böyle bir kültür yok.

YILDA ÜÇ DEFA KANUN DEĞİŞMEZ

Yaşanan tartışmalar sadece Türkiye'ye mi özgü?

Batıda bütün sorunları çözmüşler. Kayıt dışı ekonomi bütün dünyada vardır ve en az yüzde 4'tür. Ancak bu oran ülkemizde çok ciddi boyutlarda. En son hesap uzmanı bir arkadaşımızın yaptığı araştırma KDV'den hareketle net bir şekilde olayı ortaya koydu. Yılda neredeyse üç ya da beş defa vergi kanunu değişmez. Bizim meslek mensubu olarak, bu değişimden başımız dönüyor, tabii ki mükellefin de... Yabancılar da bizi bu konuda çok eleştiriyorlar. Yabancı şirketler 5 yıllık bir vergi projeksiyonu yapıyor ve yatırımlarını buna göre ayarlıyorlar. Ancak siz ikinci yılda kanunu değiştiriyorsunuz. Bunları biz yabancılar anlatamıyoruz. İstikrar yok. Mevzuatta istikrarın uygulama birliğinin sağlanması lazım. Vergilerin yasal ilkesi var diyoruz ama neden sürekli yorumla ilerliyoruz. Yorumun vergi kanununda, uygulamalarında ne iş var? Örneğin denetim elemanı durumu farklı yorumluyor ama yorumlayamazsınız, kanun var. Sonra onun böyle yorumlayamayacağını anlatmak için vergi mahkemelerine gidiyorsunuz. Dava dosyaları birikiyor. Bir de Türkiye'de kamu görevlisi risk almıyor. Çok basit düzeltilmesi olacak noktaların bile mahkemede düzeltilmesini istiyor. Bu anlayışın ortadan kalması, kendine güvenen, ne yaptığını bilen yöneticilerin olması lazım.

Sorunun kaynağında çözülmesi gerekiyor sanırım...

Elbette, sorunu kaynağında çöz... Ben iddia ediyorum. İstanbul'da 11 tane vergi mahkemesi var. Bu mahkemelerde yılda yaklaşık 4 bin dosyaya bakıyorlar. Bu dediğim anlayış geçerli olsa, burda 800 dosya olur. O zaman da bu hakimler çok kolay bir şekilde bu bahsettiğimiz dosyalara bakarlar ve içlerine daha fazla sinek güzel kararlar çıkar. Çok basit şeylerle vergi yargısını meşgul ediyoruz. Magna Carta'dan bu yana vergilerin yasallığı ilkesi uygulanması gereken bir durum. Vergi mevzuatında sürekli gri noktaların olması iyi bir şey değil. Durumun ne olduğu net bir şekilde belli olmalı ki herkes hesabını ona göre yapmalı.

Bu durumun sonuçları nasıl tespit edilecek ve nasıl yansımaları olacak?

Olayın duygusal yönünden bahsetmiştik daha önce... Bu kurul mensuplarıyla oturup konuşmak lazım. Şimdi bir rehabilitasyon

dönemi olması ve bunun gerekliliğini anlatmak gerekiyor. Bu, direniş boyutuna gelirse sonuç alınmaz. "Böyle yaptınız, bak bunun olmadığını göreceksiniz" tarzı bir yaklaşım olmaz, gerçi ben arkadaşlardan böyle bir şey



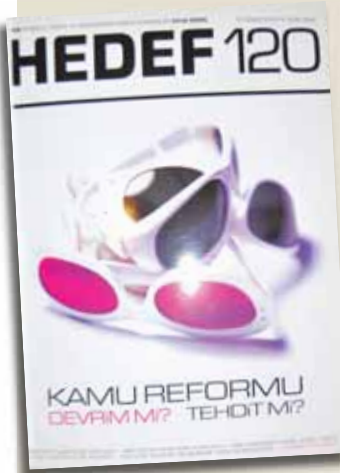
beklemiyorum. "Biz yaptık oldu" olmaması lazım. Yeni düzenimizin bu olduğu, özlük haklarında bir kayıp olmadığı anlatılır ve uzlaşma ortamı sağlanırsa, birleşmiş olan bu denetim örgütü çok daha etkin olacaktır ve çok önemli vergi incelemesi sonuçları ortaya çıkacaktır.

Buralarda yetişmiş çok sayıda siyasetçi var mı?

Evet, örneğin AKP Grup Başkan Vekili Nurettin Çankı, AKP'nin Mali ve İdari İşlerden Sorumlu

Genel Başkan Yardımcısı Bülent Gedikli, CHP Grup Başkan Vekili Akif Hamzaçebi maliye müfettişidir. AKP'nin dört kurucusundan biri olan ve halen Türkiye Partisi Genel Başkanı Abdülkadir Şener ise eski Gelirler Kontrolörü'dür. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ise hesap uzmanıdır. MHP'nin içerisinde de bu alanda çalışmış isimler olduğunu sanıyorum. Ayrıca eski Başbakanlardan Ferit Melen de maliye müfettişiydi. ❖

YEDİ SENE ÖNCE HEDEF DERGİSİNDE ÖNERİLMİŞTİ



Maliye Bakanlığı eski Gelirler Kontrolörü olan İHKİB Denetim Kurulu üyesi Birol Sezer, Hedef Dergisi'nin 15 Aralık 2003 tarihli 120. sayısında, kamu reform tasarısını fikir olarak desteklemesine rağmen, özellikle de-





fashionable fabrics since 1933



PALATEKS®

PALATEKS TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Tel: +90 212 230 31 74 Fax: +90 230 25 42

www.palateks.com.tr info@palateks.com.tr



Doğan ERDEM
Yeminli Mali Müşavir
doganerdem@istanbulymm.com

MALİYE'DE ÜSTATLIK DÖNEMİ BİTTİ



Maliye Bakanı Mehmet Şimşek ve Bakanlık Müsteşarı Naci Ağbal

ARTIK VERGİ İNCELEMESİ YAPAN TEK BİRİM VAR VE ADI DA VERGİ MÜFETTİŞLERİ. GELİRLER KONTROLÖRLERİ, MALİYE MÜFETTİŞLERİ, HESAP UZMANLARI VE VERGİ DENETMENLERİ, ADLARIYLA BİRLİKTE ŞİMDİLİK TARİH OLMUŞ GİBİ GÖRÜNÜYOR. BÖYLECE YERLEŞMİŞ VE GELENEKSELLEŞMİŞ USTA-ÇIRAK İLİŞKİSİ (ÜSTATLIK MEKANİZMASI) ARTIK KALDIRILDI.

Bu sayıda sizinle vergi incelemesi yapan denetim kadroları konusunda yapılan son köklü değişikliği paylaşacağız. Hükümet 6.4.2011 gün ve 6223 sayılı kanunla daha önceden kanun hükmünde kararname çıkarma yetkisi almıştı. Bu yetkiyi vergi inceleme elemanlarının organizasyon yapısında deprem yaratacak biçimde kullandı. Bu yetki kullanımının neticesinde öncelikle şunu söyleyelim ki; artık vergi inceleme yapan tek birim var ve adı da vergi müfettişleri. Gelirler Kontrolörleri, Maliye Müfettişleri, Hesap Uzmanları ve Vergi Denetmenleri, adlarıyla birlikte şimdilik tarih olmuşlar gibi görünüyor. Böylece yerleşmiş ve gelenekleşmiş usta-çırak ilişkisi (üstatlık mekanizması) artık kaldırıldı. Bir pazar günü uyandıklarında hem incelenen vergi yükümlüleri hem de incelemeyi yapan bu saydığımız dört denetim birimine bağlı incele-

me elemanları bambaşka bir yapı ile karşılaştılar. Şimdi vergi denetim kurulu başkanlığı bünyesinde yalnızca vergi müfettişleri olacak ve Gelirler Kontrolörleri, Maliye Müfettişleri, Hesap Uzmanları ve Vergi Denetmenleri de VERGİ MÜFETTİŞİ unvanıyla görev yapacaklar. Bu durumun ne manaya geldiğini tarihsel süreci içinde kendi pencereğimizden yorumlayalım istedik.

Vergi denetimine uluslararası baskı

Bugün dört denetim birimini kapatan yola aslında çok uzun süre önce girilmiş, Maliye Bakanlığı git-tikçe "güç" yitiren bir yola sokulmuştu. Maliye Bakanlığı uzunca yıllar önce, ilk Hazine'yi yitirmişti. 1980 sonrasında oluşturduğu yapılanmanın getireceği güç kaybının başlangıcıydı Hazine'nin gidişi... 30 yıllık süreçte çoğumuz fark edemesek de, toplanacak vergile-

re, vergi türlerine, vergi oranlarına, vergi denetimine... müdahil olan bir uluslararası düzen hüküm sürüyordu. 2005 yılı itibarıyla de Gelir İdaresi Başkanlığı kurularak vergiye dair işler Maliye Bakanlığı'ndan özerk bir yapıyla koparıldı. Tıpkı Hazine gibi Gelir İdaresi'nin ayrıştırılmasının da uluslararası sermayeyi temsil eden kurumların dayatması olduğunu biliyoruz. Sözcü konumundaki IMF, 10 yıldan uzun bir süredir bu yapıyı dayatıp duruyordu. Hazine'nin kopuşunun üzerinden yaklaşık 25 yıllık bir süre geçse de Gelir İdaresi Başkanlığı'nın kopuşu ve IMF'nin dayatması hala devam eden bir süreçtir.

Tarihi eserleri betonarme yığına dönüştürmek

IMF, Dünya Bankası ve ABD Hazinesi'nin (Washington Konsensüsü) tüm dünyada uygulamaya çalıştığı modelin bizde de

uygulanmasıyla birlikte, gelenekleriyle, birikimiyle “nevi şahsına münhasır” yapısıyla vergi denetim birimleri de ortadan kaldırılmış oldu. Tüm gelenekler, deneyimler ve birikimler hafızalardan silinmek için, sanki ortadan kalksın diye uğraşıldı... “Yeni” yapılanmalar da eski kurumların adları da yok ediliyor. Misal defterdarlık ve defterdarın “vergide” esamesi okunmuyor gayri. Oysa çok köklü bir kurum olarak defterdarlık bugünkü vergi dairesi başkanlığının işlevi yüklenerek ad olarak korunabilirdi. Yapılamadı. 1980 sonrası, yeni dünya düzeni önceye dair her şeyi kötü ilan ederek yutarak geldi. Bir metaforla açıklarsak bu biraz eski tarihi eserlerimizi betonarme yığınlarına dönüştürmeye benziyordu. Oysa dünyanın pek çok gelişmiş ülkesinde mimari dokuyu koruyup, toplumsal belleğe darbe indirmeden, değişen, işlevleri farklılaşan, faaliyetleri yeniden düzenlenen kurumlar o tarihsel yapılar içinde varlıklarını sürdürüyor. (Örneğin İngiltere’de hala gelir idaresi HMRC - Her Majesty’s Revenue and Customs) Bu metafordan (tarihi eser betonarme) yararlanarak vergi inceleme elemanlarıyla ilgili düzenlemeyi de irdeleyebiliriz. Kontrolörler 75 yıldır vardılar, uzmanlar 66 ve müfettişler de 132... Bu kurulların yerine “betonarme” bir yapı “vergi denetim kurulu” inşa edildi. (Her nedense kurul adı korunmaya karar verilmiş.) Yeni betonarme yapının nasıl bir şey olacağı konusunda çok az bilgimiz var, ama üstatlık mekanizması üzerine kurulu birikim ve gelenekleri olan yapıyı, toplumsal belleği ortadan kaldırdık. Bu kesin. Oysa yeni bir yapılanmaya gereksinim vardı, ama bugünümüze kadar elde edilen artıları, olumlu yönleri yok etmeden de yapılabildi. Yapılmadı. Önceki yapının olumlu yönlerini ihtiva edecek bir düzenlemenin olamayacağı son zamanlarda belli olmuştu. Perşembenin

gelişi belliydi. Bu üç kurul da yukarıda belirttiğimiz dünyada yerleşik olan neoliberal sistemin getirdiklerine hak ettiğinde direnecek, gerektiğinde de kendilerini uyumlaştıracak nirengi noktalarını yeterince oluşturamadılar. Elbette her kurulda çok değerli, başarılı olmuş, bu değişimi içselleştiren arkadaşlarımız vardı, ama kurumsal olarak ve Türkiye’deki vergi inceleme işlevini kavrayan bir değişime yönelinmedi. Transfer fiyatlandırması rehberlerini OECD dayatıyor ya da çokuluslu sermayenin vergi incelemelerine nasıl alındığı uluslararası örgütlerde sorgulanıyordu. Yine çoktan vergi yasalarını değiştirmeyi yabancılara taahhüt eder, yerel yönetimlerin vergilendirme yetkilerine kadar en ayrıntılı hususları dayatan uluslararası kurumların olduğunu görür hale gelmiştik. Bu toz duman içinde, uluslararası sermayenin dayatması, dünyada yaşanan gelişmeler, çok karmaşıklaşan ticaret yapısı ve bunun vergilendirilmesi sistematik olarak kurullar tarafından bir bütün olarak ve eşgüdüm halinde ele alınamadı. Bu süreçte ağır ve netameli bir iş yükü vergi denetmenlerinin üstüne yığılarak yol alınmaya çalışıldı. Oysa dört ayrı inceleme kurumu da bir eşgüdüm halinde kendilerini yeniliğe birlikte hazırlayıp, işe alınma, çalışma koşulları, hakları ve bağımsızlıkları ile liyakat konusunda ortaklaşa bir çalışma yapısı bunun uygulamaya konması için çaba sarf edebilirlerdi.

Mesleki taassubun doğurduğu olumsuzluklar

Yapmadılar, yapamadılar... Meslek taassubu çoğu zaman çok belirleyici bir olumsuz etken oldu. Bu taassubun hep olumsuz sonuçlar doğurduğunun bir türlü gözlemlenmemiş olması üzücüdür. Dememiz odur

ki; yeni dünya düzeninde çokuluslu şirketlerin dayatmasıyla vergi düzenlemeleri, vergi incelemesine dair yapılar dayatılırken ve gelişmiş ülkelerin bürokrasisi buna hazırlık yaparken biz de “içerde” bir mesleki taassupla hareket tarzı kroniklemişti. Bugün yapılan değişikliğin üzerine yürütülen tartışmalara baktığımızda da yine o kronikleşmiş bakış açısını görüyoruz. Yeni oluşturulan 4.800 kişilik kadro (IMF’ye yirmi bine çıkarılacağı çoktan söz verilmişti sanırım) küçük ve orta ölçekli mükellefler, büyük ölçekli mükellefler, organize vergi kaçakçılığı ile mücadele içinde yer alan mükellefler ve örtülü sermaye, transfer fiyatlandırması ve yurtdışı kazanç elde eden mükelleflere göre ayrılıp, yönlendirilecekler. Bildiğimiz ayrıntı bu. Vergi müfettişlerinin bağımsızlıklarını nasıl koruyacakları, siyaset dahil dış etkenlerin müdahil olmasının nasıl engellenebileceği, kariyer bir meslek olarak düzenlenip düzenlenemeyecekleri, birikim ve deneyimlerin binlerce kadroda nasıl paylaşılacağı, mesleki etik ve geleneklerin oluşturulup oluşturulamayacağı gibi pek çok husus tartışılmıyor. Bu düzenlemenin “denetime” ve daha özeldede “vergi denetimine” nasıl bakıldığı

yönünde bir turnusol kağıdı olduğu da pek söylenmiyor.

Dönüşü olmayan bir yol

Kanaatimizce vergi denetimi çoktan, bu dört kurumda da görev alan arkadaşların ortaklaşa katkısıyla ülkemiz çıkarları esas alınarak düzenlenmeliydi. Meslek taassubu buna izin vermedi ve vergi denetimi geldiğimiz noktada birikim, deneyim ve gelenekleri de dikkate alınmadan yeniden düzenlendi. Şimdi geldiğimiz noktada artık dört denetim birimi yok. Yalnızca vergi müfettişleri var. Yukarıda ifade ettiğimiz taassubun getirdiği noktanın geri dönüşü zor gözüküyor. (Geri dönüşten kastımız eski, çok başlı ve eşgüdümsüz yapı da değildir.) Maliye müfettişlerinin ‘hala her bakanlığın bir teftiş kurulu var’ vurgusu bir sonuç doğurur mu bilinmez, ama olsa dahi vergi inceleme yetkisi olmayan bir teftiş kurulunun ne sağlayacağını da bilemiyoruz. Artık kimin nasıl inceleneceğinin bilinmemesi, düzenlenen raporların geçiş mekanizmalarının yeni halinin denetim elemanlarının bağımsızlığına etkisi, vergi müfettişlerinin hangi birimde nasıl görevlendirileceği (liyakat), atamalara dışardan etkilerin sonuçları gibi dönüşü olmayan bir yolda ilerleniyor diyebiliriz. ❖



PAMUK İPLİĞİ DÜĞÜM OLDU

2006'DAN BU YANA DÜŞEN DÜNYA PAMUK ÜRETİMİ, BU YIL YENİDEN ARTARAK TÜKETİMİ GEÇECEK. FAKAT PAMUK PİYASASINDA GÖRÜLMEMİŞ BİR DURUM YAŞANIYOR. FİYATLARI AŞAĞIYA ÇEKEREK ALIM YAPMAYA ÇALIŞAN BÜYÜK ÜRETİCİLER YÜZÜNDEN FİYATLARIN DAHA DA DÜŞECEĞİ BEKLENTİSİ İÇERİSİNE GİREN PİYASA, ALIM YAPMAYI ERTELİYOR. FİYATLARDAKİ DALGANMANIN ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE DE DEVAM ETMESİ BEKLENİYOR.



Bu yıl dünya pamuk rekoltesinin yüzde 8, tüketimin ise yüzde 3 artması bekleniyor. Bu artışa rağmen son 6 yılda eriyen rezervler ve stoklar bir anda yerine gelemecek. Türkiye'de ise 2009 yılında 370 bin ton olan pamuk üretiminin 2010'da 450 bin tona, bu yıl ise 750 bin tona çıkması bekleniyor. Türkiye'de Mart ayında 8 TL'yi gören pamuk fiyatı Nisan ayı sonunda 4,5 TL'ye kadar düştü. Bu düşüşün pamuk üreticisini zor durumda bırakabilecek bir düzeye geldiği görülüyor. Türkiye'de pamuk sektörünü, üretiminden ticaretine kadar en yetkin isimlerinden Akdeniz Tekstil İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Fatih Doğan, talepteki daralmadan dolayı Çin ve Türkiye gibi ülkelerin üretimlerini daraltıklarını ifade ediyor. Fatih Doğan

sözlerine şöyle devam ediyor: "Bu üretim daralmasından dolayı tektilde mevcut kontratların iptalleri söz konusu. Bu iptaller ile beraber soğuma ve talep daralması daha da hızlanarak büyüyor. İplikçi tabii ki eldeki ipliğini satamayınca yerine pamuk alamıyor. Satamayan hırslanıyor ve daha ucuza indirirse satacağını zannediyor. Bu sene piyasada hiç görülmemiş bir durum yaşanıyor. Olabildiğince fiyatları aşağıya çekerek alım yapmaya çalışılıyor. Ucuzlatarak satmak eskiden bir yoldu, ancak bugünkü koşullarda bu piyasada çirkin bir yöntem olarak kullanılıyor. Fiyatların daha düşeceği beklentisi içerisine giren piyasa alım yapmayı erteliyor. Böyle olunca normalde çevirmeyi planladıkları çarkı çevirmiyorlar. Günlük olarak alacakları kadar alıyorlar, bu durum çok sıkıntılı bir durum orta-

ya çıkarıyor. Böyle olunca açıkçası kimse ileriye dönük sağlıklı plan yapamıyor" diyor.

Pamuk çiftçisini küstürmeyelim

Geçen sene pamuk çiftçisinin aldığı fiyatın her şeye rağmen fena olmadığını ifade eden Fatih Doğan, bu durumun bu yıl üretim artışı sağladığını ifade ediyor. Türkiye'nin 450 bin ton pamuk üretiminden 650 bin ton üretime çıkacağını beklediklerini ifade eden Doğan, ancak fiyatların bu düzeyde sürmesi durumunda, iplikçinin fiyatın acısını çiftçiden çıkarma ihtimali olduğunu söylüyor. Böyle bir olasılığın endişe yarattığını ifade eden Doğan, çiftçinin bu durum sonucunda küserek pamuğu ekmekten vazgeçebileceğine dikkat çekiyor. Fatih Doğan sözlerine şöyle devam ediyor: "Umarım

böyle bir manzara ile karşılaşmayız, ama bu da bağıra çağrı geliyor. Eskiden kooperatifler aracılığıyla destekleme alımları yapılırdı. Şimdi işler serbest piyasanın elinde tamamen ve sonuç olarak işlerin iyiye gitmediğini söyleyebilirim. Son üç aya kadar beklentilerimiz ümitlerimiz iyiydi. Ancak pamuk fiyatları böyle gerilemeyi sürdürür ve iplikçi bu kadar mutsuz olunca bunun acısını pamuk çiftçisinden çıkaracaklar diye korkum var" diyor.

Asıl mesele talebin daralması

Yaşanan bütün bu gelişmelerin arkasında asıl nedenin tüketimin düşmesi olduğunu ifade eden Fatih Doğan, herhangi bir kriz anında tüketicinin ilk olarak tekstil tüketiminden vazgeçtiğini söylüyor. Türkiye'de bu işin psikolo-



jsinin bozulduğunu ifade eden Doğan, “Herkes bu iş nereden duracak diye bekliyor. Bazen Türkiye dünya şartlarından kopuyor. Şu anda da dünyanın en ucuz ipliği ve pamuğu Türkiye’de olduğu için ihracat için çok iyi bir fırsat olabilir diye düşünüyoruz, ama olmuyor. Üreticiler güvenip bir planlama yapmıyor, yapamıyor değil yapmıyor. Çünkü korku devam ediyor, stoklamaktan endişe duyuluyor. Böyle olunca ihracata yönelik fırsatlar yaratamıyoruz” şeklinde konuşuyor.

Dahilde işleme doğru kullanılmalı

Türkiye’de ki ekilebilir her metrekarenin pamuk ekimine tahsis edilmesini istediklerini ifade eden Fatih Doğan, “Arkadaşlarımız da bu konuda mutabık. Türkiye’nin bütün ekilebilir alanına pamuk ekilse bile üretim 1,5 milyon tona ulaşır. Bu 1,5 milyon ton fazlasıyla bizim şu andaki iplikçinin ihtiyacını karşılar. Yalnız dünyada iplikçiliğe dair yöntemler değişti. Bizim buradaki iplikçi üretim ne kadar olursa olsun ithal pamuk talebini ortaya getiriyor. Bu üretime ulaşsak bile pamuk ithal etmeyeceğiz anlamına gelmiyor. Bazı arkadaşlarımız yerli sanayini koruya-

lım gibi adımlar atıyorlar. Bu ne kadar yararlı, ne kadar zararlı? Bu korumacılık iyi görünüyor gibi olsa da bazen farkında olmadan zarar da veriyor. Bütün mesele burada sistemin kendi kendini iyi kontrol edip, Dahilde İşleme Rejimi mekanizmasını gerçek maksadına uygun olarak uygulayabilmekte. En büyük kanayan yaramızın Dahilde İşleme mekanizması olduğunu düşünüyorum. Bu enstrüman çok kötü bir şekilde kullanılabilir, Türk pamuğunun ve tekstilinin kara deliğinin burası olduğunu düşünüyorum” şeklinde görüşlerini aktarıyor.

Pamuk üretimi daha artmayacak

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Tark Bozbey ise, Ağustos sonunda başlayacak pamuk hasadı ile beraber fiyatların da daha makul dengelere ulaşacağına dikkat çekiyor. Pamuk fiyatının son 20 yılda ortalama kilogramı 1,5 dolar terazisinde seyrettiğini söyleyen Bozbey, son bir yılda tepe noktasının 5,3 dolar, ortalamasının ise 3,7 dolar olduğunu aktarıyor. Pamuk fiyatlarının tahminen önümüzdeki yıllarda 2,5-3,5 dolar bandında yol alacağını belirten

Bozbey, ancak pamuk fiyatının bir daha 1,5 dolar düzeylerine inmeyeceğini ifade ediyor. Dünyada pamuk talebinin artan nüfus ve doğal gereklerden dolayı artacağını vurgulayan Bozbey, sözlerine şöyle devam ediyor: “Pamuğun üretimi iklimle sınırlı olduğundan üretim aynı oranda artamayacak. Türkiye’nin neredeyse 2 milyon tona yakın olan balya pamuk üretim kapasitesi doğru planlanıp kullanılamamakta. 360 bin tona kadar gerileyen balya pamuk üretimimizin, bu yıl en az yüzde 50 artması bekleniyor. Yani 500 bin tonu geçecek, ama bu düzey yeterli değil. Dünyada düşen mısır fiyatları sebebiyle keşke alternatif olarak daha fazla pamuk ekilebilseydi. Umanız gelecek sezonda bunu başarınız” diyor. Türkiye tekstil sanayinin Avrupa’nın en büyük, dünyanın da ilk beş sektöründen biri olduğunu belirten Bozbey, şöyle devam ediyor: “Sektörümüzün ulaştığı kapasite ve kalite gurur verici durumda. Bazı planlamalarla, 500 milyar dolarlık 2023 ihracat hedefimizin en önemli dilimi olacak. Üstelik önemli yüzdesi yerli mal olduğundan katma değeri ve net ihracat getirisi de yüksektir. Kuvvetli bir hazır giyim sanayi ancak böyle



Fatih Doğan
Akdeniz Tekstil İhracatçıları Birliği
Başkan Yardımcısı



Tark Bozbey
Akdeniz Hazır Giyim İhracatçıları
Birliği Başkanı

kuvvetli bir tekstil sanayi tabanına sahipse uzun yıllar istihdam, ihracat ve net döviz katma değeri yaratabilir. Temelsiz denemelerin başka ülkelerde çöktüğüne tanık olduk. Bu sektörler en kısa zamanda vasıfsız elemanı ustalaştırıp üretim yaptırabilmekte. Hazır giyim sektörümüz de Avrupa’nın en büyük kapasitesine sahip ve AB’nin ikinci en önemli tedarikçisi konumunda bulunuyoruz. Kalite ve süratli perakende, raf erişimi ile de rakipsiz konumda bulunuyor. En gelişmiş ülkeler bile bu sektörlerinden vazgeçemiyorlar.” ❖

SİZ YATIRIM YAPIN DEVLET DESTEKLESİN

EKONOMİ BAKANLIĞI, 2023 HEDEFLERİ KAPSAMINDA EDİRNE'DEN HAKKARİ'YE KADAR GENİŞ BİR ÇERÇEVEDE BULUNAN İŞLETMELERE, ÇEŞİTLİ ALANLARDA DESTEK SAĞLIYOR. YATIRIM TEŞVİKLERİ, HAMMADDE VE ARA MALZEME ALIMLARI, YURTDIŞI TANITIMLARI VE MARKALAŞMA, YURTDIŞI MARKA TESCİL FAALİYETLERİ VE TASARIM GİBİ FARKLI KOLLARDA SAĞLANAN YÜKSEK ORANDAKİ DESTEKLER, İŞLETMELER İÇİN BİR HAYLİ AVANTAJ SAĞLIYOR.



Şirket kurmak kadar, onun geleceğini sağlam temelle- re dayandırmak da oldukça önemlidir. Bu zorlu ve önemli süreçte bazen işler yolunda gitse de zaman zaman istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilir. İşte böyle zamanlarda ya da var olan potansiyeli daha da artırmak adına uzanan yardım eli, şirketleri bir adım daha ileri götürür. Böyle durumlarda şirketlere bazı destekler sağlanabilir ve bu anlamda Ekonomi Bakanlığı önemli çalışmalar yapıyor. Bakanlık, 2023 hedefleri kapsamında Edirne'den Hakkari'ye kadar geniş bir çerçevede bulunan işletmelere, çeşitli alanlarda destek sağlıyor. Konuyla ilgili olarak görüşlerini aldığımız Uğurlu Danışmanlık'ın kurucusu ve MESİAD Yönetim

Kurulu Başkan Yardımcısı Gülgün Korkusuz, "Ekonomi Bakanlığı, sanayici yatırım yapmak isterse makine alımı, yatırım teşvik belgesi; ihracat yapıyorsa hammadde ve ara malzeme alımı, Dahilde İşleme İzin Belgesi, ürününü yurtdışına satış amaçlıysa seyahat desteği, marka tescil, reklam, tanıtım desteği ve bunların geri dönüşümü ile pazarda tanıtım olumlu ise burada açacağı birimlerle ilgili kira desteği veriyor." diyor. Devlet desteklerinin Ekonomi Bakanlığı tarafından sağlandığını belirten Korkusuz, ilk olarak makine ve teçhizat alımlarında Yatırım Teşvik Belgesi alanında verilen desteğe değiniyor. Korkusuz, "Firmaların yeni veya mevcut üretim tesislerinde ilave yapacakları yatırımlar için 1 ve 2. bölgeler-

de asgari yatırım tutarının 1 milyon TL, 3 ve 4. bölgelerde asgari yatırım tutarının da 500 bin TL olması durumunda, gümrük vergisi muafiyeti, KDV istisnası ve Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF) muafiyeti sağlanıyor. Ancak, büyük ölçekli yatırımlar, bölgesel yatırımlar ile genel teşvik sisteminden yararlanacak yatırımların Tebliğ ekinde yer alan asgari sabit yatırım tutarı ve/veya asgari kapasite şartlarını sağlaması durumunda, bu desteklere ilave olarak vergi indirim, sigorta primi işveren hissesi desteği, yatırım yeri tahsisi ve sadece 3.ve 4.bölge için geçerli olan faiz desteği veriliyor." diyerek açıklamada bulunuyor. Ekonomi Bakanlığı ihracatçı

firmalara hammadde ve ara malzeme alımlarında da bazı destekler sağlıyor. Korkusuz, bu alımlarda Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında Bakanlığın verdiği desteğe ilişkin olarak, firmaların ithal ve yerli hammaddeyi, imalatta kullanıp, ihraç etmesi şartıyla ithalat sırasında gümrük vergisi, yüzde 3 oranındaki KKDF ve KDV muafiyetleri sağladığını belirtiyor. Yerli hammadde alımında ise ithalde olduğu gibi KDV muafiyeti sağlandığını sözlerine ekliyor.

Yurtdışı tanıtımı ve markalaşma desteği

Gün geçtikçe globalleşen dünyada, yurtdışına açılmak ve burada faaliyet göstermek ülkemiz için olduğu kadar şirketler için de oldukça önemli bir adım... Bu

ALINABİLECEK DİĞER DESTEKLER

İşletmeler, 2010/6 sayılı tebliğ kapsamı süresi bittikten sonra farklı destekler de alabiliyorlar. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Mali İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality®'nin Desteklenmesi programına başvurabilen firmalar bu kapsamda Ekonomi Bakanlığı'ndan, dört yıl süreli olan Marka Destek Programı, Turquality® Destek Programı ve tasarım alanındaki desteklerden yararlanabiliyorlar.

anlamda şirketler zaman zaman sıkıntı yaşasa da Korkusuz, Bakanlığın, işletmelerin yurtdışında tanıtımı ve markalaşmasına yönelik destekler verdiğini ve 2010/6 sayılı tebliğ ile çok ciddi anlamda yurtdışında ofis, mağaza, depo, showroom, reyon gibi birimlerin kiralama ve tanıtım masraflarını karşıladığını belirtiyor. İmalat yapan işletmelerin mağazaların kira ödemelerinin yüzde 60'ı (120.000 dolar kadar), ofis, showroom, depoların ve reyonların kira ödemelerinin de yüzde 60'ının (100.000

dolar kadar) karşılandığını sözlerine ekliyor. Ticari faaliyette bulunan şirketler için mağazaların kira ödemelerinin yüzde 50'sinin (100.000 dolar kadar) karşılandığını dile getiren Korkusuz, bu şirketlerin ofis, showroom, depo ve reyonlarının kira ödemelerinin ise yüzde 50'sinin (75.000 dolar kadar) karşılandığını belirtiyor. Korkusuz, "Yurtdışında yapılacak olan tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi konusunda ise yurtdışı birimi bulunan; yurtiçi marka tescilli olan, yurtdışında tescil başvurusu yapılmış veya tescillenmiş ürünleriyle ilgili tanıtım giderlerinin yüzde 60'ı (150.000 dolar kadar) karşılanıyor. Yurtdışı birimi olmayan, ancak yurtiçinde ve tanıtım ülkesinde marka tescil belgesi veya tescil başvurusu olan firmalar ise yıllık genel toplamda tanıtım giderlerinin yüzde 60'ı (250.000 dolar) kadar olan harcamaları hibesal olarak destekleniyor." diyerek tanıtım kapsamında yapılacak olan destekleri anlatıyor. Bu desteklerin hedef pazarlarda faaliyet gösteren işletmeler için 10 puan da artırıldığını belirtten Korkusuz, 15 tane yurtdışı biriminin destek kapsamında yer aldığını ve desteklerin dört yıl boyunca geçerli olduğunu sözlerine ekliyor.

Yurtdışı marka tescil faaliyetleri de destekleniyor

Yurtdışı marka tescil faaliyetlerinde de destek verildiğini belirten Korkusuz, şirketlerin yurtiçi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının, yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderlerin, 4 yıllık bir süre zarfında yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 50 bin ABD doları kadar desteklendiğini belirtiyor. Ayrıca ihracatçıların pazar araştırma faaliyetleri için destek verildiğini açıklayan Korkusuz, bu kapsamda uçak, tren ve otobüs biletlerinin yüzde 70'nin, otel masraflarının şirket başına günlük 300 ABD doları ve araç kiralamanın günlük 50 ABD dolarının karşılandığını sözlerine ekliyor. Ayrıca uluslararası kuruluşlara yaptırılan ve satın alınan sektör, ülke, yabancı şirket veya marka odaklı raporlara ilişkin giderler de destek sağlandığını belirten Korkusuz, rapor ve danışmanlık için şirketlere yüzde 60 olarak yıllık en fazla 200.000 ABD dolarına kadar destek verildiğini dile getiriyor. Bunların yanı sıra gittikçe önem kazanan ve yaygınlaşan e-ticaret sitelerine de üyelik desteği verildiğini açıklayan Korkusuz, Müsteşarlıkça uygun görülen ve nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderleri açısından şirketler için yüzde 70 oranında ve yıllık en fazla 10.000 ABD dolarına kadar destek sağlandığını belirtiyor. Firmaların en fazla beş e-ticaret sitesi için ve e-ticaret sitesi başına en fazla 3 yıl süresince bu destekten yararlanabileceklerini de sözlerine ekliyor.

Fuar desteği kapsamında ulaşım masrafları da karşılanıyor

Tüm sektörler için kuşkusuz fuarların önemi oldukça büyük. Korkusuz bu anlamda "Katılımcının bireysel ola-



Gülgün Korkusuz
Yönetim ve Teşvik Danışmanı

rak bulunacağı, Müsteşarlıkça destek kapsamına alınmış olan sektörel nitelikteki uluslararası fuarın başlama tarihinden en az on beş gün önce, ön müracaat yaparak destekten yararlanmaya hak kazanabiliyor. Ayrıca fuara giden iki kişinin ulaşım masrafları da destek kapsamına giriyor." diyerek açıklamada bulunuyor. Bu destekten Türkiye'de yerleşik şirket, kurum veya kuruluş ile üretici/imalatçı organizasyonların yararlanabileceğini belirten Korkusuz, gerekli tüm bilgi ve belgeler fuarın bitiş tarihini müteakip en geç üç ay içerisinde, ilgili üye olduğu ihracatçı birliklerine verildiğini dile getiriyor. Bunların yanı sıra bu kapsamda desteğin, yüzde 50'sinin, 15.000 ABD dolarını aşmamak üzere masrafların ödendiğini söyleyen Korkusuz, Müsteşarlıkça yürütülen İhracat Stratejisi çerçevesinde her yıl belirlenen 15 hedef ülkede düzenlenecek fuarlara iştirak eden katılımcıların yüzde 50 destek oranına 20 puan ilave destek sağlanacağını da sözlerine ekliyor. ❖

YATIRIM TEŞVİK UYGULAMALARINDA BÖLGELER

I.Bölge	II.Bölge	III.Bölge	IV.Bölge
İstanbul	Balikesir	Konya	Kütahya
Tekirdağ	Çanakkale	Karaman	Uşak
Edirne	Aydın	Hatay	Kayseri
Kırklareli	Denizli	Kahramanmaraş	Sivas
İzmir	Muğla	Osmaniye	Yozgat
Bursa	Antalya	Kırkkale	Zonguldak
Eskişehir	Isparta	Aksaray	Karabük
Bilecik	Burdur	Niğde	Bartın
Kocaeli	Adana	Neveşehir	Samsun
Sakarya	Mersin	Kırşehir	Tokat
Düzce	(Bozcaada, Gökçeada hariç)	Manisa	Çorum
Bolu		Afyonkarahisar	Amasya
Yalova		Adıyaman	Gaziantep
Ankara		Kilis	
			Ardahan
			Siirt
			Çanakkale III Bozcaada, Gökçeada İlçeleri

MARKALAŞTIĞIN KADAR VARSIN

ÜLKEMİZİN HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ KOLEKSİYON VE ÜRETİMİN HER KADEMESİNDE ÇOK CİDDİ BİR ALTYAPIYA SAHİP OLMASINA RAĞMEN, ÜLKEDEN ÇIKAN MARKA SAYISI BU ORANDA DÜŞÜK KALİYOR. ANCAK SON DÖNEMDE ÜLKEDEN YAŞANAN GELİŞMELER MARKALAŞMAYA UZANAN YOLDA ÇİZGİNİN DEĞİŞTİĞİNİ GÖSTERİYOR.

Markalaşma, bugün her sektörde olduğu gibi hazır giyim sektöründe de oldukça önem taşıyor. Bulunduğu ülkedeki ve dünya çapındaki pazarlarda kendi adını taşıyan ürünlerle yer almak, ve adını duyurmak, sektörde belirli bir aşamaya gelen firmaların, nihayi hedefi oluyor. Ancak çok kolay olmayan bu süreç için zorlu bir çalışma yapmak gerekiyor. Bu alanda büyük potansiyele sahip olan Türkiye'den çıkan marka sayısının, bu potansiyele oranla daha düşük kaldığı belirtiliyor. Bunun yanı sıra sektörde bir diğer önemli konu da satın alınan markalar oluyor. Global ya da bölgesel olarak yaşanan ekonomik krizler sonucu moda devleri olan İtalya, Fransa ve İspanya gibi



ülkeler bu zor dönemleri atlamak için ya daha büyük gruplarla belirli bir hisse oranında ortaklık yapıyor, markanın tümünü satıyor ya da finans şirketlerini bünyelerine

ortak olarak alarak işlerini devam ettirmeye çalışıyorlar. Bu markaları satın alan firmalar için de yeni imkanlar doğmuş oluyor. Sonuç olarak bu iki konu sektörün gele-

ceğine yön veriyor. Konuyla ilgili olarak hazır giyim sektöründe hizmet veren, İtalya'ya büyük ölçüde ihracat yapan, Prada, Gucci, Ermenegildo Zegna gibi marka-

larla çalışan ve Fashion TV'nin tekstil markası 'I love Fashion'ın 15 ülkede üretici ve operatörlük lisans hakkını satın alan Polen Tekstil'in kurucularından Lider Polat'ın görüşlerini aldık. Polat, marka üretimi için zengin bir mutfağa ve üretim gücüne ulaşıldığında bunu marka ile taçlandırmanın, firmaların nihayi hedefi olduğunu söylüyor. Bunun daha meşakkatli ve zor bir süreç olduğunu belirten Polat, buna karşın öncelikli hedefin başarmak için çalışmak olduğunu dile getiriyor. Markalaşma sürecine ticari olarak bakıldığında izlenecek yolların belirli olduğunu söyleyen Polat bu yolları, sıfırdan yeni bir marka yaratmak, var olan markayı satın almak ya da belli bir coğrafya için ana lisans sahibi olmak diye sıralıyor ve hepsinin de maliyetlerinin farklılık gösterdiğini sözlerine ekliyor. Polat, "Biz geçen yılın sonunda Fashion TV'nin tekstil markası olan 'I love Fashion'ın 15 ülkede üretici ve operatörlük lisans hakkını satın alarak üçüncü yolu seçtik." diyerek bu alanda firmalarında yaptıkları çalışmadan örnek veriyor. Polat, "Bu projemiz için ikinci firmamız olan GAB Tekstil'i kurduk. Şık, çekici bir paket satın almıştık ama paketin içeri de kaliteli koleksiyonlarla aynı şıklıkta doldurmak adına yeni heyecanlarla, yeni bir yola çıktık. Fashion TV'nin sahibi Michel Adam bu yolda bize tam destek veriyor ve biz de şimdi bütün konsantrasyonumuzla mesaimizin büyük bölümünü buna harcıyoruz." diyerek yaptıkları çalışmaları özetliyor.

Dünyada markalaşma süreci

Polat, dünyadaki markalaşma sürecini İtalya üzerinden örnekleyerek açıklıyor: "İtalya'da ciddi anlamda üretimler yapılmış, sanayi kurulmuş ve üretim daha sonra Balkanlar'dan başlayarak Türkiye de dahil olmak üzere doğuya kaydırılmış. Ancak İtalya bu süreçte markalarını oluştur-

muş ve en önemlisi her sektörde olduğu gibi, bu sektörde de 20-30 senelik uzun soluklu politikalar geliştirmiş. Her yeni hükümet de bunu devlet politikası olarak benimsemiş ve desteklemiştir. Bu büyük firmalar şimdi size bir makine, bir desen satıyor, siz buna karşılık binlerce tişört üretiyorsunuz, işin hamallığını yapıyorsunuz; işte markanın önemi de tam bu noktada ortaya çıkıyor. Bu anlamda bizim de tek endişemiz, bu süreçte üretimin bir kısmını ülkeden ihraç ederken, kendi markalarımızı ne kadar meydana getirebileceğimiz sorusunun cevabı oluyor." diyen Polat, ülkemizde bu alanda yaşananlara da değiniyor.

Öncelikle ülkenin kendisinin marka olması gerekiyor

Türkiye'deki markalaşma sürecine baktığımızda ise ülkemizin sektör olarak koleksiyon/üretimin her kademesinden başlayıp lojistiğine kadar çok ciddi altyapıya sahip olduğunu belirten Polat, buna karşın ülkeden çıkan marka sayısının bu oranda düşük kaldığını söylüyor. "Durum şaşırtıcı gibi görünse de bu konuda öncelikli olarak ülkenin kendisinin marka olması gerekliliği ön plana çıkıyor. Yani insanımızın daha eğitilmiş, kendisine ve çevresine daha saygılı, daha demokratik bilinçle hareket etmesi gerekiyor. Hepimiz etrafımızın düzelmesini bekliyoruz ama kendi kendimizi düzeltmek için aynı çabayı sarf etmiyoruz." diyen Polat, Türkiye'de var olan güçlü potansiyelinin kullanımına değiniyor.

"Ancak son dönemde gerek hükümetimizin, sivil toplum örgütlerimizin gerekse toplumun büyük kesiminin bu noktada müspet yönde gelişimine, katkılarına tanık oluyoruz. Aslında böyle olması bir erdem değil, var olanın yeniden filizlenmesi... Çünkü bu bizim zaten özümüzde, örflerimizde var olan, çok



Hazır giyim sektörünün her segmentinde kaliteli üretimiyle iddialı olan Türkiye'deki girişimciler, son dönemde satın aldıkları küresel markalarla adından söz ettiriyor.

temel zenginliklerimizden sadece biri. Bundan dolayıdır ki artık tüm dünyada "Made in Turkey" etiketinin kabul görüyor olması, bizler için oldukça sevindirici hatta yeni bir sürecin başlangıcıdır diyebiliriz." şeklinde görüşlerini bildirerek Türkiye'nin markalaşmaya uzanan yolda değişen çizgisinden bahsediyor.

Marka satın almanın avantajları

Sektörde bazı firmalar marka satın alarak yollarına devam ediyorlar. Bu konuda, üreticiliğin sonuçta fasonculuk yapmak olduğunu dile getiren Polat "Ne kadar katma değeri yüksek bir iş yaparsanız da kar marjlarınız belli bir oranda kalıyor ve her zaman müşteriye ciddi şekilde bağlı çalışıyorsunuz. Piyasa şartlarının değiştiği bir ortamda da bu durum hemen önemini kaybedebiliyor. Global piyasalarda herhangi bir kriz durumunda, bölgesel ya da ülke içinde oluşan krizlerde bazı dengeler değişebiliyor. Mesela yurtdışı markaları üretim üstünü Türkiye'den Uzakdoğu'ya Portekiz'e ya da Mısır'a kaydır-

biliyorlar. İşte o zaman da böyle riskler taşıyabiliyorsunuz." diyerek marka satın almanın gerekçelerine değiniyor. Bir marka satın alınırken de markanın bilinirliği, hitap ettiği hedef kitle varsa mağaza sayıları ve mağazaların lokasyonlarının çok önemli unsurlar olduğunu sözlerine ekliyor.

Modanın devleri kriz nedeniyle marka satıyor

Dünyada moda merkezlerinin İtalya, Fransa ve İspanya olduğunu belirten Polat, bu ülkelerin kendi bünyelerinde birçok marka yarattıklarını dile getiriyor. Ancak şimdiki geline noktada bu moda devlerinin piyasa şartlarından ve global krizden etkilendikleri için zor süreçlerden geçtiklerini söyleyen Polat, bu markaların ya daha büyük gruplarla belirli bir hisse oranında ortaklık yaptıklarını, markanın tümünü sattıklarını ya da finans şirketlerini bünyelerine ortak olarak alarak işlerini devam ettirmeye çalıştıklarını söylüyor. Ayrıca bu durumun en çok İtalya ve İspanya'da yaşandığını sözlerine ekliyor. ❖

TÜRKİYE EL ÖRGÜ İPLİĞİNDE DÜNYAYI DOMİNE EDİYOR



ÜLKEMİZ, EL ÖRGÜ İPLİĞİ SEKTÖRÜNDE DÜNYADA OLDUKÇA ÖNEMLİ BİR KONUMDA YER ALIYOR. SEKTÖR TÜRKİYE İÇ PAZARINDA SON BİRKAÇ YILDA GERİLEME YAŞASA DA EL ÖRGÜ İPLİĞİ İHRACATI DÜNYAYA ÇOK BÜYÜK ORANDA TÜRKİYE'DEN YAPILIYOR.

Ülkemizin geleneklerinden biridir el örgüleri... Yıllardan beri annelerimizin bize ördüğü kazaklar, atkılar, bereler hep sevdiğimiz eşyalarımız arasında yer alır. O zamanlar ekonomik olduğu için de tercih edilen bu örgüler, günümüzde farklı bir yaklaşımla değerlendirilse el örgü iplikleri, önemini korumaya devam ediyor. Önemli ölçüde ihracat yapılan el örgü ipliği sektöründe, Türkiye çok önemli bir konuma sahip... Dönem dönem diğer tüm sektörlerinkine benzer sıkıntılı bir yaşandığı alanda, markalaşmaya

oldukça az sayıdaki firma önem veriyor. Türkiye ve dünyadaki el örgü yün ipliği sektörünü, Nako markasıyla el örgü ipliği pazarlayan Ormo Yün İplik San. ve Tic. A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Öcalgiray ile konuştuk. Öcalgiray, öncelikle dünya genelinde el örgü ipliklere karşı değişen algıyı anlatarak sözlerine başlıyor ve el örgünün artık sadece tekstil sektöründe değil, hobi sektöründe de kullanıldığını dile getiriyor. "Dünyada retroya bir yöneliş, bir özlem var. İnsanlar artık daha doğal olana yöneliyorlar. Bu

durumun sektöre yansımaları ise, insanların el örgülere daha manevi anlamlar yüklemesi çerçevesinde şekilleniyor. Örneğin insanların satın almaktansa, sevdiklerine bir kazak ya da kaşkol örmeleri, bu eşyaları daha anlamlı kılıyor ve böylelikle en pahalı ürünlerden bile daha değerli oluyorlar. Özellikle Amerika'da el örgüleri için bu tarz promosyonlar yapılıyor." diyor Öcalgiray, daha önceki ekonomik olsun diye yapılan örgülerin, şimdilerde daha farklı bir anlam taşıdığını belirtiyor. Türkiye'de ise ülkemizde örgü-

nün genellikle ekonomik boyutuyla düşünüldüğünü söyleyen Öcalgiray, şu anda hazır giyimden daha ucuz olduğunu ve bu nedenle Anadolu'da yaşayan kadının örmekten kazağını hazır aldığını dile getiriyor. Ancak ülkemizde özellikle büyükşehirlerde yavaş yavaş örgüyü hobi olarak yapmaya başlayan kişilerin çoğaldığını da sözlerine ekleyen Öcalgiray, bu durumun hiçbir zaman mecburiyetten dolayı öğren kısmı kompanse etmediğini ve bu nedenle eskiden oldukça büyük bir iç pazara sahip olan Türkiye'de, pazar-

ŞİRKET PROFİLİ

Ormo Yün İplik San. ve Tic. A.Ş., 50 yılı aşkın süredir tekstil sektörüne hizmet veriyor. Ormo Yün İplik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin yanı sıra bünyesinde Ormo Tekstil İplik Sanayi ve Tic. A.Ş., Nako İplik Pazarlama ve Tic. A.Ş., Ormo Tekstil Pazarlama ve Tic. A.Ş. bulunduran şirketler grubu el örgü ve trikotaj ipliği üretiyor; ayrıca elyaf tarama ve boyama işleri de yapıyor. Firmanın ihracat yaptığı ülkeler arasında ise, öncelikle Amerika, Almanya, İngiltere, Fransa, Japonya, Tayvan, İspanya, İskandinav ülkeleri, İtalya, Brezilya, Rusya, Kore ve Suriye yer alıyor.



Adnan Öcalgiray: "Bizim Ar-Ge çalışmalarımız değişik karakterde, kombinasyonlarda, büküm veya fantezi tipte iplik yaratmak üzerine şekilleniyor."

nın üç dört sene içerisinde azaldığını belirtiyor.

Bütün dünya Türkiye'den alım yapıyor

El örgü iplik sektöründe iç pazarın aksine, yurtdışı pazarının oldukça arttığını belirten Öcalgiray, Türkiye'nin bu anlamda dünyayı domine ettiğini ve bütün dünyanın Türkiye'den alım yaptığını belirtiyor. Üretim teknolojileri konusunda ise "Sektörde çok ağır teknolojiler kullanılmıyor ama bizim kendi firmamızda geliştirdiğimiz şekillerde, daha az işçilikle üretim yapmak için bir takım makineler elde ediliyor. Bunlar üretimde çok büyük teknolojik değişiklikler olmasa da yeni makineler her zaman daha iyidir." diyen Öcalgiray, düşüncelerini dile getiriyor.

Çok az firma markalaşmayı önemsiyor

Sektörde markalaşmanın önemine değinen Öcalgiray, sektörde ihracat yapan çok az firmasının markalaşmaya önem verdiğini belirtiyor. "Biz mümkün olduğu kadar kendi markamız Nako ile ihracat yapmaya çalışıyo-

ruz. Rusya, Ortadoğu ve Kore pazarlarında bunu yapabiliyoruz ancak Japonya, Avrupa ve Amerika pazarlarında bunu yapmak, buradan o bölgelere marka taşımak çok zor. Bu arada belirtmek isterim ki şimdilerde biz Avrupa'da bilinen bir markayı satın almak üzereyiz." diyerek kendi firması üzerinden sektördeki markalaşma olgusuna değiniyor. Öcalgiray, sektörün yaşadığı sorunlara yönelik olarak ise, genel anlamıyla Türkiye'nin yaşadığı sıkıntılara paralel olarak süreçlerin yaşandığını dile getiriyor. Örneğin Türk Lirası'nın çok değerli olduğu dönemlerde bu durumun ihracatta baskı unsuru yarattığını ya da işçiliğin artması ve denetiminin eski dönemlerde bir sorun teşkil ettiğini ancak durumun şimdi böyle olmadığını belirtiyor.

Sektördeki Ar-Ge çalışmaları

"Türkiye'de sektör kapsamında Ar-Ge yapan çok şirket yok. Genelde taklit yoluna gidiliyor. Bazı firmalar hiçbir Ar-Ge yapmazlar. Ancak, siz yaptığınızı 5 liraya satıyorsanız 'ben sana aynısını 4 liraya yapayım.' der-

ler. Bu bir sorundur tabii ki ama bundan kaçamazsınız. Ancak siz Ar-Ge'nizden dolayı piyasaya devamlı yeni ürün sunuyorsanız, onu takip etmesi zor olur. Bu tarz firmaların departmanları az olduğu için genelde daha ucuz üretim yapabiliyorlar. Öcalgiray, kendi ürünlerinin araçlar vasıtasıyla da olsa direkt olarak tüketiciye ulaştığı için kendi Ar-Ge çalışmalarının müşteriye tamamen değişik bir iplik sunmak olduğunu belirtiyor. Öcalgiray "Bizim Ar-Ge çalışmalarımızı değişik karakterde, kombinasyonlarda, büküm veya fantezi tipte iplik yaratmak üzerine şekilleniyor. Bunun yanı sıra ambalaja, etikete, renk çeşitlerine ve paketlemeye de oldukça önem veriyoruz. Hatta tüketicilere, resimlerle aldıkları mamulden neler yapılabileceğini anlatan paketin içine koyduğumuz broşürler de aynı öneme sahip. Bizim Ar-Ge çalışmalarımız kısacası piyasada olağandan farklı bir şey üretilip tüketicinin cazibesini kazanmak ve onu satın almasını sağlamak üzerine kuruldu." diyerek kendi şirketlerinde yaptıkları çalışmaları örneklerle anlatıyor.

Yün yavaş yavaş lüks tüketime giriyor

Geçtiğimiz dönemlerde Avustralya'nın yaşadığı doğal afetler sonucu yün tedarikinin azalması ve yün fiyatlarındaki artış gündeme gelmişti. Bu konu hakkında da yünün eskiden çok kullanılan bir hammadde olduğunu ancak şimdilerde yavaş yavaş lüks tüketime girdiğini belirten Öcalgiray, sonuç olarak bu işin azaldığını dile getiriyor. Öcalgiray, "Son iki sene yün fiyatları pamuktaki gibi yüzde yüz artış gösterdi. Bunun sebebi için de üretimin azaldığı ve talebin çoğaldığı söylendi ama bunun sebebi hiçbir zaman tam olarak anlaşılamadı. Eksiden çiftçi Avustralya, Güney Amerika veya Güney Afrika'da koyun üretilip yapıldığı elyafı kesip satarken pazar kazanamadı ve dolayısıyla hayvanı kesip etini satmaya başladı; aslında bunun ikisinden de kar etmesi lazım. Raporlarda okuduğum kadanyla çiftçiler hayvanın yapığında da kar eder hale geldi ve bunları kombine etmeye başladılar. Tüm bunların da sonucu olarak eğer tekrar bir geri düşme olmazsa yün hammaddesinde üretim daha sağlıklı artabilir." diyerek düşüncelerini belirtiyor. ❖

HEM NUMARASI HEM FİYATI BÜYÜK



**KADIN VE ERKEKTE
GİDEREK BÜYÜYEN
AYAKLAR, KENDİLERİNE
UYGUN AYAKKABI
BULMakta SIKINTI
ÇEKİYOR. MALİYETİNİN
NORMAL AYAKKABILARA
ORANLA NEREDEYSE
İKİ KAT DAHA YÜKSEK
OLMASI, ÜLKEMİZDEKİ
BÜYÜK NUMARA
AYAKKABI ÜRETİMİNİ
SINIRLI TUTUYOR.**

Dünya genelinde her nesil, neredeyse kendisinden bir öncekine göre beden olarak çok daha gelişmiş oluyor; boy, kilo, el ve ayak ölçüleri gittikçe yükseliyor. Bu durum zaman zaman bazı sıkıntılara yol açıyor. Örneğin giderek büyüyen ayaklar için uygun ayakkabı bulmak güçlük yaratıyor. Bunun nedenleri arasında öncelikli olarak büyük numara ayakkabıların daha fazla fiyata mal olması yatıyor. Bazı firmalar, talep olduğu taktirde ellerindeki modellerin büyük numaralarını yapıyorlar ancak ülkemizde sadece bu tarz ayakkabı üretimi yapan firma ise henüz yok. Sınırlı olan büyük numara ayakkabı

üretimi sektör için aslında niş bir pazar olma özelliği de taşıyor. Büyük ayakkabı üretiminin neden sınırlı olduğunu, bu ayakkabılarda tasarım unsurunun nerde yer aldığını ve diğer merak ettiklerimizi İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri Ferzat Erdebil ile ve Hüseyin Çetin'e sorduk.

Pazardaki boşluğu doldurabilir

Ülkemizde şimdiye kadar büyük numara ayakkabı için talebin az olduğunu söyleyen Erdebil, yeni neslin

yapısal olarak daha gelişmiş olması nedeniyle, bu ayakkabılara olan talebin arttığını belirterek sözlerine başlıyor. Bayanlara 41-42, erkeklere ise 46- 47-48 numaralı ayakkabıların çok zor olmaya başladığını söyleyen Erdebil, kendi firmalarında erkeklerde 48 numaraya kadar ayakkabı üretimi yaptıklarını belirtiyor. Erdebil, "Bu tarz üretimler, deri maliyetlerinin yük-



YURTDIŞINDA SEÇENEK DAHA FAZLA

Yurtdışında da büyük numara ayakkabı bulmakta sıkıntı yaşanabiliyor. Türkiye'ye oranla daha fazla modelin bulunduğu ayakkabılar için özel olarak web siteleri hazırlanıyor. Oldukça çok seçeneğin olduğu görülen bu sitelerde detaylı fotoğraflarla ayakkabılar tanıtılıyor ve online alışveriş yapmak mümkün oluyor.

selmesine sebep oluyor. 46-47-48 numaralı ayakkabılar küçük ayakkabılara oranla yaklaşık iki katı pahalı... Zaten çok büyük sıkıntı olan Türkiye'deki ayakkabı maliyetinde, rakamlar çok yukarı çıktığı için, büyük numaralı ayakkabı üretmeyi kimse tercih etmiyor." diyerek sınırlı üretimin nedenlerini anlatıyor. Erdebil büyük numaralı ayakkabılar için zaman zaman yurtdışından da sipariş geldiğini, hatta bazen oradaki müşterilerin özel siparişler verdiğini ancak bunlar için mutlaka fiyat farkı alındığını belirtiyor. İleriki dönemler için büyük firmaların sadece büyük numara ayakkabı üretimi yapacaklarını düşünmediğini dile getiren Erdebil, bu tarz ayakkabılara için niş bir market yapıp pazardaki boşluğun doldurabileceğini de sözlerine ekliyor.



Büyük numaralı kalıpların maliyeti yüksek

Konu hakkında görüşlerini aldığımız diğer bir isim olan Çetsan Ayakkabı'nın sahibi Hüseyin Çetin, son dönemlerdeki üretimin hazır tabana dayalı olduğunu ve bu nedenle büyük numaralı ayakkabılarda kalıp yapımının bir hayli maliyetli olduğunu belirtiyor. Sadece bu tarz ayakkabıları üreten bir firma olmadığını belirten Çetin, kendi firmalarında olduğu gibi, diğer bazı firmaların da büyük numaralı ayakkabı üretimi yaptıklarını dile getiriyor. Bugün yetişen neslin daha büyük ayaklara sahip olduğunu söyleyen Çetin, bu durumun sadece bu zamanlara özgü olmadığını, aslında eskiden de köylerde yaşayan ve genelde terlik giyen insanların ayaklarının daha çok geliştiğini belirtiyor.

Özel tasarımlar henüz yok

Günümüzde ayakkabıda oldukça öne çıkan tasarım unsuru, büyük ayak numarasına sahip olan kişiler için de hassas bir konu kuşkusuz. Ancak Çetin, genelde mevcut olan modellerin büyük bedenlerinin tasarlandığını, yani büyük beden ayakkabılara özgün herhangi bir tasarımın yapılmadığını anlatıyor. İleride tasarım ilgili bir talep artışı olduğu takdirde bunun gerçekleşebileceğini, o zaman bu tarz üretim yapan



Ferudun Kundura'nın sahibi Ferzat Erdebil, "Büyük numara ayakkabılar için niş bir market yaratılıp pazardaki boşluk doldurulabilir" diyor.



Çetsan Ayakkabı'nın sahibi Hüseyin Çetin, ülkemizde henüz büyük ayakkabılara özgü tasarım yapılmadığını söylüyor.

atölyelerin olacağını ve bunun da kendi içerisinde bir sektör oluşturacağını sözlerine ekliyor. Türkiye'de bulunan büyük numaralı ayakkabı tarzlarına yönelik olarak "Adidas, Nike ya da Puma gibi markaların büyük numaraları ülkemize geliyor. Biz de kendi firmamızda casual modeller yapıyoruz. Ayrıca klasik tarzda büyük numaralı ayakkabı da Türkiye'de mevcut." diyen Çetin, klasik tarzda büyük beden ayakkabı yapmanın daha kolay olduğunu da dile getiriyor. Bunun nedenini ise "Çünkü şu an çıkan son çıkan makine sistemlerinde herhangi bir bedel ödmeden büyük boy kalıp çektiler bu üretimi yapıyorlar." diyerek açıklıyor ve casual ayakkabılarda hazır taban kullanıldığını için, bunun bir maliyet getirdiğini ama bazı firmaların bunu yapmaya çalıştıklarını anlatıyor.

İngiltere'den 50 numara ayakkabı siparişi

Sektörde her firma bu ayakkabıların üretimini yapmadığı için firmalar arasında taleplerin büyük beden ayakkabı üretimi yapan firmalara yönlendirildiğini söyleyen Çetin, "Büyük beden ayakkabı üretimi yapamayan firmalar, bizim bu tarz üretim yaptığımızı bildikleri için bu talepleri bize yönlendirebiliyorlar. Bu da bize bir avantaj sağlıyor." diyor. Ülkemizde az olan talep karşısında üretim az olsa da Türkiye, zaman zaman yurtdışından büyük numaralı ayakkabı siparişi alıyor. İngilizlerin ayak numaralarının büyük olduğunu ve Türkiye'den ayakkabı talep ettiklerini söyleyen Çetin, İngiltere'den gelen talepler arasında en büyük numaranın erkekte 50 kadında da 42 olduğunu sözlerine ekliyor. ❖

TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNE TALEP AZALIYOR MU?



Önceleri sadece hazır giyim ile bağdaştırılan tekstil sektörü, günümüzde tiptan otomotive, kozmetikten elektroniğe kadar pek çok farklı sektörün içinde yer alıyor. Tekstil sanayisinde oldukça kuvvetli bir altyapıya sahip olan ve üretimi çok iyi bilen Türkiye, bu anlamda oldukça başarılı bir konumda yer alıyor. Ancak iş, pazarlama ve satış ağının geliştirilmesine geldiğinde ülkemizin bu konuda biraz "yavaş" kaldığı belirtiliyor. Bu durum bir yönüyle de iş olanakları genişlemeye başlayan sektörde görev alacak insanların niteliğini, dolayısıyla da "eğitim" unsurunu akıllara getiriyor. Tekstil alanında ilk olarak düşünülen mesleklerden biri olan tekstil mühendisliği, yüksek potansiyele ve güçlü bir alt yapıya sahip olmasına rağmen, ülkemizde gençler tarafından çok tercih edilmiyor. Bu noktadan hareketle, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) bünyesinde yer alan Tekstil Teknolojileri

ve Tasarımı Fakültesi'nin Kurucu Dekanlığını yapmış ve fakülte- de yer alan Tekstil Geliştirme ve Pazarlama Programı Koordinatörü olan Prof. Dr. Bülent Özipek ile tekstil mühendisliği, iş imkanları ve talebin az olmasının nedenleri hakkında görüştük. İTÜ'de Makine Fakültesi Dekan Yardımcılığı ve Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanlığı gibi önemli görevler yapmış olan Özipek, tekstil malzemelerinin önceden sadece hazır giyime yönelik olarak düşünüldüğünü belirtiyor. "Oysaki tekstil günümüzde sanayinin diğer dalları için de üretim yapan bir sektör konumunda yer alıyor. Örneğin otomobilin içinde ve lastiğininde tekstil malzemeleri olabiliyor. Uçakların dış kısmı ve içinin bir kısmında kevler adı verilen çelikten daha mukavim bir lif kullanılıyor. Jeotekstil alanında, erozyonu önlemek için polyester ve benzeri malzemelerden yapılan geniş tabakalar, ağaçların ve rayların altına konuyor; böylelikle toprak-

ta dengenin bozulması önleniyor. Ayrıca tipta antibakteriyel malzemeler olarak kullanılmasının yanı sıra tekstil malzemeleri, kozmetikten elektroniğe kadar pek çok alana hizmet ediyor." diyerek sektörün genişleyen çalışma alanını anlatıyor. Ülkemizin tekstil sanayi olarak son derece güçlü bir alt yapıya sahip olduğunu belirten Özipek, Türkiye'nin üretimi çok iyi bildiğini ve zaten bu nedenle sektörde başarılı olunduğunu dile getiriyor. Ancak işin pazarlama, satış ve satış ağının oluşturulmasında biraz yavaş kaldığını söyleyen Özipek bu öğelerin, aslında en önemli unsurlar olduğunu sözleri- ne ekliyor.

Tekstil Mühendisi Ar-Ge departmanını çok iyi yönetebilir

Sektöre ilişkin eğitim ve tekstil mühendisliği söz konusu olduğunda, öncelikle bu mesleği kısaca tanıttiriyor Özipek ve "Tekstil üretimi malzeme, makine ve insan

**TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ,
SEKTÖRÜN ÖNEMLİ
YAPITAŞLARI
ARASINDA YER ALSA
DA BU MESLEĞE OLAN
TALEP AZALIYOR.
GEÇMİŞ DÖNEMLERDE
YAŞANAN EKONOMİK
KRİZ SONUCU,
GENEL OLARAK
AİLELERİN İŞ BULMA
KONUSUNDA SIKINTI
YAŞANILACAĞINI
DÜŞÜNMESİNDEN
KAYNAKLANAN DURUM,
SEKTÖRÜN HİZMET
VERDİĞİ ALANLARI
GENİŞLETMESİYLE
BİRLİKTE DEĞİŞİM
SİNYALLERİ VERİYOR.**

olmak üzere üç bileşimden oluşuyor. Mühendis ise bu kombinasyonu yöneterek istenilen kalitedeki üretimi elde etme konusunda birinci bağlayıcı faktör konumunda yer alıyor." diyor. İTÜ'de teknik olarak son derece donanımlı detaylar bütünü, ayrıntılı olarak anlatıldığını belirten Özipek, Türkiye genelinde 13 üniversitede bu bölümün olduğunu ancak ülke genelinde, bu bölümde verilen eğitimin bir değişime ihtiyaç duyduğunu dile getiriyor. "Sektör geniş alana yayılsa da tekstil mühendisliğinin ders içeriği aynı kalabiliyor. Sektöre katkının sağlanması için eğitimde bu durumu öncelikle ele

almak gerekiyor.” diyerek görüşlerini belirtiyor. Bölümde daha organizasyonel bilgilerin aktarılması gerektiğine değinen Özipek, tekstilin genişleyen vizyonu kapsamında yeni derslerin eklenmesi ve teknik olarak bu uygulamaların daha yaygın bir biçimde yerleştirilmesi gerektiğini dile getiriyor. Kompozit malzeme konusunu daha açmak gerektiğini belirten Özipek, “Tekstilin birçok alanın içinde yer alması sonucu ileriki dönemlerde üniversitelerde gençler tekstil, gıda, çevre ve sağlık gibi programların eğitimine beraber başlayıp birinci ya da ikinci sınıftan sonra kendi branşlarında eğitim görebilseler, bu güzel bir gelişme olur bence.” diyerek eğitimde yapılabilecek değişikliklerden bahsediyor.

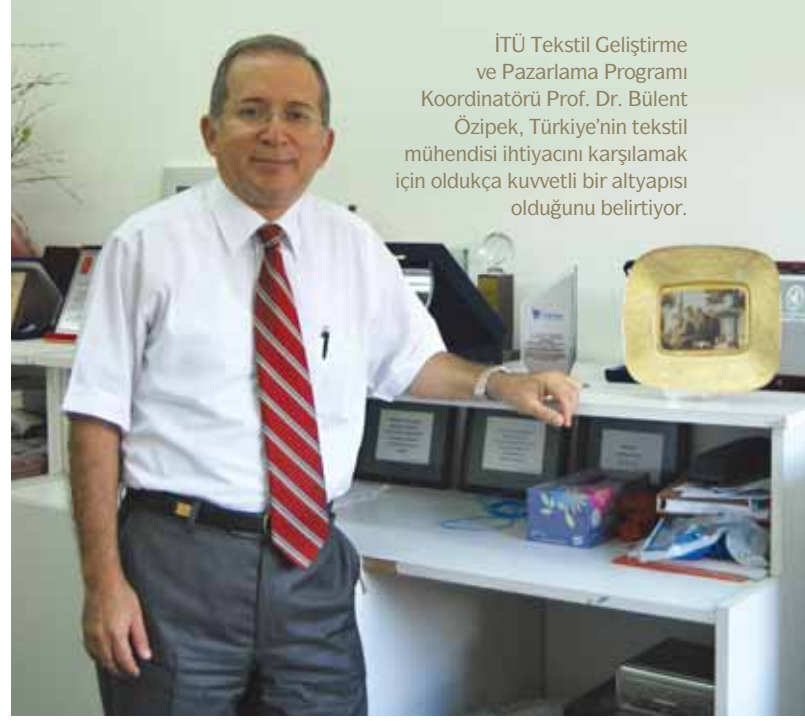
Mühendislik için kuvvetli bir altyapı var

“Türkiye'nin tekstil mühendisi ihtiyacını karşılamak için de oldukça kuvvetli bir altyapısı var. Bu noktada bize sanayiden de yönlendirmenin gelmesi, bizim de sanayiye yönlendirmemiz gerekiyor. Bu konuda çok güzel destekler var. Ancak işi satışa ve tasarıma endekslemek gerekiyor. Üretimi iyi biliyoruz, tekstil mühendislerimiz var, altyapımız kuvvet-

li, geleneksel olarak da bu konuları biliyoruz. İhracat yapıyoruz, uluslararası pazarlarda yarışıyoruz. Önemli artı yaratan sektöre baktığınızda tekstil sektörü bir numara... Ayrıca hem devlet ekonomisine katkı hem de iş sağlayan bir sektör; bu çok önemli. Ancak bunu artırmak lazım.” diyen Özipek, düşünceleriyle konunun önemini daha da pekiştiriyor.

Ekonomik kriz aileleri endişelendirdi

Bu kadar geniş bir alana yayılan tekstil sektörü, birçok çalışan imkanı sunarken Özipek, tekstil mühendisliğine olan talebin azlığını geçtiğimiz dönemlerde yaşanan ekonomik krize bağlıyor. “Sektörde yaşanan sıkıntılardan dolayı aileler çocuklarının iş bulmamasından korktular ve çocuklarının bu alana yönelmelerini çok da tercih etmediler; talebin azlığındaki ana risk bu... Ayrıca gençler son zamanlarda alternatif iş imkanları bulabilmek için temel meslek alanlarına yönelmeye başladılar. Ancak belirtmek isterim ki İTÜ mezunları arasında iş arayan yok. Diğer bölümlerin de aşağı yukarı bu konumda olduğunu düşünüyorum. Tekstil mühendislerinin iş bulma durumu, sektörün ihtiyacı doğrultusunda iler-



İTÜ Tekstil Geliştirme ve Pazarlama Programı Koordinatörü Prof. Dr. Bülent Özipek, Türkiye'nin tekstil mühendisi ihtiyacını karşılamak için oldukça kuvvetli bir altyapısı olduğunu belirtiyor.

liyor. Mühendislik eğitiminde ve diğer ilgili alanlarda yeni programlar açmak, genişletmek ve bunu da sektörlle birlikte yapmak lazım. Burada yapılacak bir operasyonla yarın değil ama kısa dönemli bir süreçle bu tekrar yükselme pozisyonuna getirilebilir. Türkiye'nin buna ihtiyacı var. Yeni hükümette de bazı bakanlar tekstile olumlu katkılar neler olabileceğine dair tartışmalar yapıyorlar. Bu yönde olumlu sinyaller geli-

yor.” diyen Özipek, görüşlerini bildiriyor. Bu mesleği seçmek isteyen gençlere, tekstil mühendisliğini seçtikleri taktirde sadece hazır giyim sektöründe çalışmayacaklarını hatırlatan Özipek, bu konuda da öğrencileri daha detaylı bir şekilde bilgilendirmek gerektiğini dile getiriyor. Tüm bunların yanı sıra geçmiş dönemlere oranla tekstil mühendisliğine olan talebin artmaya başladığını da sözlerine ekliyor. ❖



TEKSTİL GELİŞTİRME VE PAZARLAMA PROGRAMI

Türkiye'nin sektörde pazarlama, satış ve satış ağının oluşturulmasında biraz “yavaş” kaldığını ve bu unsurların çok önemli olduğunu belirten Özipek, bu nedenle kuruculuğunu yaptığı fakültede Tekstil Geliştirme ve Pazarlama Programı'nı açtığını dile getiriyor. 2004'te kurulan bu program için New York merkezli ve altyapısı çok kuvvetli moda okulu Fashion Institute of Technology (FIT) ile işbirliği yaptıklarını belirten Özipek, bu bölüme 30 kişinin alındığını ve öğrencilerin iki yıl Türkiye'de, iki yıl da FIT'de öğrenim gördüklerini anlatıyor. Eğitimlerini tamamladıktan sonra, öğrencilerin bir yıl da yurtdışında yasal çalışma hakları bulunduğunu belirten Özipek, daha önceki mezunlardan Ralph Lauren'de çalışanlar olduğunu dile getiriyor. Bu bölümün hiçbir zaman tekstil mühendisliğine

alternatif olarak açılmadığını belirten Özipek, bu bölümün tekstilin temel bilgisine sahip, pazarlama, müşteri ilişkilerini organize edip bunun dağıtımını sağlayabilecek, moda dayalı pazarlama yapabilecek kişiler yetiştirmeyi amaçladığını dile getiriyor. “İçinde bulunduğumuz dönemde bu işi yapan kişiler tabii ki var ancak bunların bir kısmının tekstil altyapısı yok. Bu işi yapacak olan kişilerin fuarları, trendleri iyi takip etmeleri, müşterilerini iyi kanaleze etmeleri gerekiyor. Ayrıca kendi üretim yeteneklerini çok iyi bilmeleri ve müşterilerin talepleri karşısında aradaki ilişkileri çok iyi tutup çok kısa zamanda isteklere katkıda bulunan ve iyi bir yönlendirme yapan insanlar olmaları gerekiyor. Biz de bu programla, bu özellikleri sağlamayı hedefliyoruz.” diyerek bölüm hakkındaki görüşlerini dile getiriyor.

İMA'DA MODA VE KARIYER KÖPRÜSÜ KURULUYOR

İMA VE LONDON COLLEGE OF FASHION, MODA ALANINDA PLANLANAN KARIYERLERE IŞIK TUTMAK AMACIYLA TANITIM GÜNLERİ DÜZENLİYOR. EĞİTİM PROGRAMLARI HAKKINDA BİLGİ VERİLEN ORGANİZASYONDA KATILIMCILAR, İMA'YI DAHA YAKINDAN TANIMA FIRSATI DA BULUYORLAR.

İMA, kurulduğu tarihten bu yana moda, tasarım ve sanat bilinci yüksek, küresel pazarlar ve moda pazarlaması farkındalığı olan, yaratıcı ve yenilikçi gençler yetiştirmeyi hedefliyor. Moda ve kariyer konusunda oldukça hassas davranan akademi, bu nedenle geleceğin modacı adayları için tanıtım günleri düzenliyor. Her Cuma 15:00-17:00 saatleri arasında, İMA'da gerçekleştirilen tanıtım günlerinde, London College of Fashion (LCF) işbirliğinde verilen eğitim programları tanıtılıyor. Katılımcılar, tanıtımda eğitim programları hakkında sorularına cevap bulmanın yanı sıra, İMA'nın eğitim ortamını görme ve İMA eğitimcileri ile birebir tanışma fırsatı buluyorlar. İMA'da tanıtılan programlar arasında Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı, Moda Endüstrisine Kariyer Köprüleri;



Moda Tasarımı ve Yönetimi Programı, Moda Portfolyosu Hazırlık Programı, Moda Tasarımı ve Teknolojisi Sertifika Programı, Moda Yönetimi, Moda Perakendesinde Satınalma ve Merchandising, Görsel Mağazacılık, Moda Editörlüğü, Styling, Moda Fotoğrafçılığı, Yaratıcı Drapaj Teknikleri, Moda İllüstrasyonu, Moda Tasarımında Photosop & İllustrator yer alıyor.

Yeni eğitim programları uygulanacak

Modaserverlerin geleceğine yön veren İMA, yeni ve farklı programlar sunuyor. Bunlardan 8 Ekim'de öğrencilerini bekleyen "Görsel Mağazacılık ve Vitrin Tasarımı Eğitimi" yeni eğitim programları arasında bulunuyor. "Genel Kültür, Moda Pazarlaması ve İletişimi, Moda Perakendeciliği, Görsel Mağazacılığın Temelleri" gibi ana eğitim başlıklarını içeren programda, ağırlıklı olarak mağaza içi ve vitrin düzenlemesi teknikleri teorik ve uygulamalı olarak yer alıyor.

Program uygulamaya yönelik bir projeye sonlandırılıyor. Eğitimine katılan öğrenciler moda perakendesi genel kültürü ve moda pazarlaması konularında da bilgi sahibi oluyorlar. Görsel Satış, Görsel Ürün Yönetimi, Mağaza Görsel Tasarımı veya bu iş kollarına yakın bir alanda deneyimi olan, bununla birlikte kendini geliştirmek isteyen ya da görsel düzenleme alanına yeni giriş yapmak isteyen öğrencilere yönelik kurgulanan eğitime mağaza sahipleri, satış danışmanları, mağaza müdürleri ve mağaza koordinatörleri gibi yöneticiler de katılabiliyor.

Uluslararası işbirlikleri ile iş ve staj imkanı

Moda Tasarımı ve benzeri konularda eğitim almış ve modadaki kariyerini yükseltmek isteyen öğrenciler için kurgulanan bir diğer yeni program ise "Moda Endüstrisine Kariyer Köprüleri; Moda Tasarımı ve Yönetimi Programı" oluyor. Bu program moda teknolojisi süreçlerini yenilikçi bir yaklaşımla yorum-

layan, estetik anlayışlarını kendi tasarımcı kişiliklerini benimseyerek aktarabilen, moda endüstrisini global anlamda anlayabilen ve kişisel yaratıcılığı bu anlayış ile birleştirebilen kişiler yetiştirmeyi hedefliyor. Program süresince öğrenciler araştırma yöntemleri, görsel araştırma ve geliştirme teknikleri, tasarım ve yeni teknolojilerle tasarım geliştirme, koleksiyon yaratma ve planlama, moda pazarlaması ve endüstrisi, girişimcilik ve kendi markasını yaratma konularında teorik ve uygulamalı dersler, sektörden konuşmacıların katıldığı seminerler ve stüdyo çalışmaları, kritikler, birebir görüşmeler ile desteklenen bir eğitim içeriğine sahip oluyorlar. Program, öğrencilerin kendi tasarım briefleri ile hazırlanmış ve kendileri tarafından geliştirilmiş bir konseptte bağlı olarak ortaya çıkmış bir final projesi ile son buluyor. Uygulamalı yönüyle öne çıkan ve iş temelli olarak kurgulanan eğitim, uluslararası işbirlikleri ile iş ve staj imkanı da sunuyor. ❖

İMA'NIN TANITIM GÜNLERİNE DAVETLİSİNİZ

İSTANBUL MODA AKADEMİSİ
2011 - 2012 EĞİTİM PROGRAMLARI
KAYITLARI BAŞLADI

Her Cuma 15:00-17:00 saatleri arasında, İstanbul Moda Akademisi'nde (İMA) düzenlenen tanıtım günlerinde, İMA'nın tüm eğitim programları tanıtılıyor. Katılımcılar, moda alanında kendilerini parlak bir kariyere taşıyacak eğitim programları hakkında sorularına cevap bulmanın yanı sıra, İMA'nın eğitim ortamını görme ve İMA eğitmenleri ile bire bir görüşme fırsatı buluyorlar.

Daha fazla bilgi için: www.istanbulmodaakademisi.com
Nazlı Taneri, 0212.219.4141 / 1209

İMA

İstanbul
Moda Akademisi
Teşvikiye Caddesi
No: 10/1
Sait Paşa Konağı
Nişantaşı İstanbul
T: 0212 219 4141

TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI

	2010 TEMMUZ 1000 \$	2011 TEMMUZ 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM KONFEKSİYONDA PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
ALMANYA	351,900	405,585	15.3	2,087,468	25.1	2,542,107	25.9	21.8
İNGİLTERE	193,908	191,485	-1.2	1,159,863	13.9	1,209,156	12.3	4.2
İSPANYA	114,787	144,751	26.1	640,283	7.7	828,038	8.4	29.3
FRANSA	109,899	132,759	20.8	671,943	8.1	826,909	8.4	23.1
İTALYA	87,341	113,698	30.2	458,541	5.5	572,390	5.8	24.8
HOLLANDA	70,096	103,150	47.2	408,400	4.9	545,609	5.6	33.6
DANİMARKA	42,764	48,335	13.0	241,469	2.9	285,455	2.9	18.2
BELÇİKA	33,668	40,119	19.2	235,660	2.8	258,326	2.6	9.6
ABD	42,240	48,036	13.7	230,671	2.8	254,726	2.6	10.4
İSVEÇ	27,554	31,202	13.2	166,028	2.0	190,199	1.9	14.6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1,074,157	1,259,118	17.2	6,300,326	75.7	7,512,915	76.6	19.2
RUSYA FEDERASYONU	32,772	24,013	-26.7	161,786	1.9	179,483	1.8	10.9
IRAK	15,215	22,383	47.1	112,730	1.4	135,270	1.4	20.0
SUUDİ ARABİSTAN	11,014	23,138	110.1	56,735	0.7	109,874	1.1	93.7
ROMANYA	9,209	9,940	7.9	99,415	1.2	96,018	1.0	-3.4
ISRAİL	11,918	13,339	11.9	81,860	1.0	91,941	0.9	12.3
AVUSTURYA	13,252	13,743	3.7	85,657	1.0	91,679	0.9	7.0
POLONYA	7,906	14,450	82.8	70,139	0.8	89,668	0.9	27.8
İSVİÇRE	11,489	14,818	29.0	78,584	0.9	87,105	0.9	10.8
ÇEK CUMHURİYETİ	9,943	9,830	-1.1	65,353	0.8	81,917	0.8	25.3
YUNANİSTAN	9,109	10,708	17.5	78,195	0.9	75,122	0.8	-3.9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1,205,986	1,415,479	17.4	7,190,780	86.4	8,550,991	87.2	18.9
UKRAYNA	4,978	10,510	111.1	39,460	0.5	68,483	0.7	73.6
AHL SERBEST BÖLGE	10,275	9,936	-3.3	59,576	0.7	63,175	0.6	6.0
KAZAKİSTAN	11,216	8,387	-25.2	59,352	0.7	56,835	0.6	-4.2
TUNUS	6,521	16,116	147.1	43,202	0.5	56,763	0.6	31.4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	7,257	8,992	23.9	45,859	0.6	54,395	0.6	18.6
NORVEÇ	8,463	9,277	9.6	51,680	0.6	53,387	0.5	3.3
CEZAYİR	9,796	7,899	-19.4	47,719	0.6	47,777	0.5	0.1
BULGARİSTAN	6,492	6,189	-4.7	41,381	0.5	47,453	0.5	14.7
İRAN	5,447	6,313	15.9	46,100	0.6	44,495	0.5	-3.5
İRLANDA	6,495	6,354	-2.2	44,731	0.5	39,669	0.4	-11.3
KANADA	6,086	7,206	18.4	34,250	0.4	38,781	0.4	13.2
ESTONYA	1,663	8,900	435.2	15,024	0.2	34,248	0.3	128.0
MISIR	3,892	4,521	16.1	35,599	0.4	33,951	0.3	-4.6
TRAKYA SERBEST BÖLGE	2,828	3,691	30.5	35,104	0.4	33,799	0.3	-3.7
SLOVAK CUMHURİYETİ	3,978	5,028	26.4	27,828	0.3	32,999	0.3	18.6
KOSOVA	7,250	2,879	-60.3	52,017	0.6	32,320	0.3	-37.9
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	2,480	4,855	95.8	18,064	0.2	30,290	0.3	67.7
LÜBNAN	5,015	4,415	-12.0	35,345	0.4	29,666	0.3	-16.1
LİBYA	5,780	13,691	136.9	30,160	0.4	29,332	0.3	-2.7
MACARİSTAN	1,732	4,554	162.9	34,198	0.4	29,249	0.3	-14.5
FİNLANDİYA	3,788	6,295	66.2	20,264	0.2	29,074	0.3	43.5
KIRGIZİSTAN	1,356	3,635	168.1	10,581	0.1	17,970	0.2	69.8
HONG KONG	2,100	2,472	17.7	13,081	0.2	17,590	0.2	34.5
BOSNA-HERSEK	1,071	1,644	53.5	14,182	0.2	17,415	0.2	22.8
AVRUPA SERBEST BÖLGE	1,891	1,623	-14.2	12,876	0.2	17,066	0.2	32.5
KUZAY KIBRIS TÜRK CU	1,546	1,341	-13.2	13,153	0.2	15,453	0.2	17.5
URDUN	1,147	2,476	115.9	11,553	0.1	15,285	0.2	32.3
AZERBEYCAN-NAHCIVAN	2,240	2,159	-3.6	24,060	0.3	13,380	0.1	-44.4
HIRVATİSTAN	960	1,419	47.9	9,239	0.1	12,799	0.1	38.5
GÜRCİSTAN	786	1,870	138.0	6,384	0.1	12,720	0.1	99.2
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	1,340,514	1,590,125	18.6	8,122,803	97.6	9,576,811	97.7	17.9
Diğer Ülkeler ve S.Bölgeler	30,341	35,133	15.8	196,069	2.4	227,405	2.3	16.0
AB (27) TOPLAMI	1,109,231	1,312,044	18.3	6,679,761	80.3	7,937,480	81.0	18.8
TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	1,370,855	1,625,258	18.6	8,318,872	100.0	9,804,216	100.0	17.9

TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI

	2010 TEMMUZ 1000 \$	2011 TEMMUZ 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM TEKSTİLDE PAY %	2011 / 2010 DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	72,943	84,618	16.0	452,108	12.4	583,602	12.3	29.1
İTALYA	55,085	63,408	15.1	363,455	10.0	557,377	11.8	53.4
ALMANYA	29,246	35,997	23.1	207,441	5.7	285,651	6.0	37.7
ROMANYA	21,387	22,525	5.3	152,028	4.2	176,044	3.7	15.8
İRAN	22,894	25,443	11.1	139,227	3.8	174,997	3.7	25.7
İNGİLTERE	18,324	25,884	41.3	125,210	3.4	174,801	3.7	39.6
POLONYA	18,809	20,632	9.7	129,168	3.5	169,915	3.6	31.5
ABD	17,731	22,916	29.2	126,620	3.5	161,538	3.4	27.6
İSPANYA	11,401	13,597	19.3	94,683	2.6	146,058	3.1	54.3
BULGARİSTAN	18,653	19,413	4.1	126,784	3.5	140,419	3.0	10.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	286,475	334,435	16.7	1,916,722	52.6	2,570,401	54.4	34.1
MISIR	16,159	17,659	9.3	125,266	3.4	129,689	2.7	3.5
FRANSA	11,407	11,674	2.3	88,241	2.4	114,522	2.4	29.8
TUNUS	12,240	16,755	36.9	81,325	2.2	112,890	2.4	38.8
FAS	12,392	13,215	6.6	84,421	2.3	107,093	2.3	26.9
YUNANİSTAN	9,475	13,666	44.2	68,307	1.9	98,799	2.1	44.6
UKRAYNA	10,172	11,929	17.3	58,976	1.6	94,173	2.0	59.7
HOLLANDA	9,135	10,606	16.1	69,283	1.9	93,172	2.0	34.5
BELÇİKA	7,488	8,384	12.0	65,279	1.8	84,459	1.8	29.4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	7,209	8,511	18.1	58,236	1.6	71,202	1.5	22.3
SURİYE	8,365	7,255	-13.3	68,603	1.9	65,003	1.4	-5.2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	390,518	454,088	16.3	2,684,659	73.7	3,541,403	74.9	31.9
PORTEKİZ	5,994	4,720	-21.3	43,746	1.2	62,328	1.3	42.5
MERSİN SERBEST BÖLGE	3,940	5,215	32.3	27,864	0.8	54,840	1.2	96.8
HONG KONG	4,357	8,528	95.7	28,949	0.8	54,144	1.1	87.0
ISRAİL	7,068	7,961	12.6	43,565	1.2	53,027	1.1	21.7
SİRBİSTAN	6,635	7,221	8.8	50,725	1.4	49,318	1.0	-2.8
BEYAZ RUSYA	5,553	11,916	114.6	31,497	0.9	45,791	1.0	45.4
MACARİSTAN	4,215	5,906	40.1	26,420	0.7	43,366	0.9	64.1
BREZİLYA	8,304	6,814	-17.9	43,415	1.2	43,070	0.9	-0.8
CEZAYİR	6,516	8,245	26.5	45,904	1.3	37,440	0.8	-18.4
SUUDİ ARABİSTAN	5,733	6,413	11.9	28,808	0.8	37,248	0.8	29.3
EGE SERBEST BÖLGE	4,121	4,413	7.1	26,516	0.7	29,463	0.6	11.1
LİTVANYA	2,772	3,812	37.5	20,341	0.6	28,573	0.6	40.5
ÇEK CUMHURİYETİ	2,657	2,813	5.9	17,987	0.5	25,577	0.5	42.2
HİNDİSTAN	2,984	3,665	22.8	18,276	0.5	22,988	0.5	25.8
AHL SERBEST BÖLGE	3,315	2,982	-10.0	24,447	0.7	21,878	0.5	-10.5
MAKEDONYA	2,191	2,878	31.4	17,383	0.5	21,685	0.5	24.7
AVUSTURYA	1,313	2,221	69.2	12,845	0.4	20,540	0.4	59.9
BURSA SERBEST BÖLG.	1,557	3,394	118.1	12,097	0.3	19,198	0.4	58.7
ESTONYA	1,774	2,293	29.2	13,806	0.4	18,460	0.4	33.7
DANİMARKA	1,798	1,906	6.0	12,554	0.3	18,309	0.4	45.8
GÜNEY AFRIKA CUMHURİYETİ	2,538	3,237	27.5	14,998	0.4	18,242	0.4	21.6
URDUN	1,469	3,487	137.3	9,894	0.3	17,546	0.4	77.3
İSVEÇ	1,715	1,824	6.3	9,790	0.3	17,138	0.4	75.1
ÖZBEKİSTAN	1,944	2,983	53.4	11,480	0.3	16,984	0.4	47.9
İRAK	2,097	2,111	0.7	18,789	0.5	16,684	0.4	-11.2
LÜBNAN	3,592	2,282	-36.5	16,335	0.4	15,110	0.3	-7.5
SLOVAK CUMHURİYETİ	1,305	1,405	7.6	10,532	0.3	14,569	0.3	38.3
KANADA	1,811	1,914	5.7	12,625	0.3	14,398	0.3	14.0
GÜRCİSTAN	1,032	1,739	68.5	6,584	0.2	14,237	0.3	116.2
KAZAKİSTAN	2,180	1,189	-45.4	10,998	0.3	13,891	0.3	26.3
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	492,999	579,575	17.6	3,353,828	92.1	4,407,446	93.2	31.4
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	45,676	46,483	1.8	288,279	7.9	319,864	6.8	11.0
AB (27) TOPLAMI	238,659	277,097	16.1	1,680,762	46.1	2,319,992	49.1	38.0
TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	538,675	626,058	16.2	3,642,107	100.0	4,727,310	100.0	29.8

TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI

	2010 TEMMUZ 1000 \$	2011 TEMMUZ 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	2011 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM DERİDE PAY %	DEĞİŞİM %
RUSYA FEDERASYONU	32,826	26,964	-17.9	166,505	25.2	155,039	19.0	-6.9
İTALYA	11,374	20,191	77.5	61,890	9.4	90,082	11.0	45.6
ALMANYA	11,660	17,087	46.5	55,939	8.5	76,311	9.3	36.4
FRANSA	10,725	12,459	16.2	42,435	6.4	53,336	6.5	25.7
İRAK	4,571	6,488	41.9	25,701	3.9	35,966	4.4	39.9
İNGİLTERE	5,866	6,954	18.6	19,693	3.0	35,005	4.3	77.8
KAZAKİSTAN	5,667	1,861	-67.2	22,660	3.4	29,349	3.6	29.5
HONG KONG	3,173	6,232	96.4	16,261	2.5	27,757	3.4	70.7
UKRAYNA	3,447	2,721	-21.1	12,416	1.9	26,159	3.2	110.7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1,963	4,481	128.2	10,938	1.7	23,224	2.8	112.3
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	91,273	105,437	15.5	434,436	65.7	552,227	67.6	27.1
İSPANYA	4,679	4,586	-2.0	16,848	2.5	20,369	2.5	20.9
SUUDİ ARABİSTAN	3,820	3,700	-3.1	16,513	2.5	17,964	2.2	8.8
HOLLANDA	3,712	5,348	44.1	15,014	2.3	15,482	1.9	3.1
ABD	2,179	2,301	5.6	9,133	1.4	11,478	1.4	25.7
BULGARİSTAN	1,411	1,904	34.9	8,915	1.3	11,008	1.3	23.5
ROMANYA	702	989	40.9	11,768	1.8	10,456	1.3	-11.1
AVUSTURYA	1,243	2,640	112.3	5,394	0.8	9,743	1.2	80.6
BELÇİKA	859	2,092	143.4	7,044	1.1	9,530	1.2	35.3
DANİMARKA	1,079	1,500	39.0	6,907	1.0	8,589	1.1	24.4
YUNANİSTAN	511	598	17.0	7,423	1.1	6,969	0.9	-6.1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	111,469	131,096	17.6	539,396	81.6	673,815	82.5	24.9
İSVİÇRE	1,429	1,516	6.0	5,999	0.9	6,966	0.9	16.1
AZERBAYCAN	272	290	6.8	4,651	0.7	6,194	0.8	33.2
İSRAİL	460	845	83.8	5,094	0.8	5,822	0.7	14.3
KIRGIZİSTAN	151	821	442.1	2,712	0.4	5,710	0.7	110.5
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	759	984	29.7	4,449	0.7	5,026	0.6	13.0
TÜRKMENİSTAN	391	659	68.6	3,461	0.5	4,964	0.6	43.4
GÜNEY KORE	468	1,322	182.3	2,748	0.4	4,893	0.6	78.0
KKTC	361	285	-20.8	4,507	0.7	4,880	0.6	8.3
MISIR	397	1,034	160.3	4,403	0.7	4,560	0.6	3.6
POLONYA	386	437	13.2	3,946	0.6	4,197	0.5	6.4
BEYAZ RUSYA	1,465	17	-98.9	5,553	0.8	3,525	0.4	-36.5
TUNUS	471	1,030	118.9	1,951	0.3	3,383	0.4	73.4
GÜRCİSTAN	74	419	466.9	2,853	0.4	3,169	0.4	11.1
MACARİSTAN	868	81	-90.7	6,624	1.0	2,977	0.4	-55.1
ARNAVUTLUK	420	498	18.5	2,292	0.3	2,975	0.4	29.8
ESTONYA	50	244	387.9	1,109	0.2	2,895	0.4	161.1
İSVEÇ	403	692	71.8	1,207	0.2	2,884	0.4	138.9
UMMAN	356	640	79.9	4,429	0.7	2,822	0.3	-36.3
TATARİSTAN	742	1,045	40.8	1,197	0.2	2,621	0.3	118.9
SİRBİSTAN	496	431	-13.1	1,949	0.3	2,579	0.3	32.3
JAPONYA	885	781	-11.7	2,704	0.4	2,578	0.3	-4.6
KOSOVA	372	114	-69.5	3,887	0.6	2,252	0.3	-42.1
BOSNA-HERSEK	217	398	83.3	1,943	0.3	2,149	0.3	10.6
MAKEDONYA	177	221	25.2	2,321	0.4	2,068	0.3	-10.9
EGE SERBEST BÖLGE	191	332	73.9	1,905	0.3	2,050	0.3	7.6
ÇEK CUMHURİYETİ	80	391	391.1	1,143	0.2	1,958	0.2	71.4
ÖZBEKİSTAN	205	105	-49.1	927	0.1	1,944	0.2	109.6
İRAN	105	326	210.9	1,405	0.2	1,933	0.2	37.6
KANADA	252	218	-13.5	1,549	0.2	1,867	0.2	20.5
LÜBNAN	348	100	-71.4	1,830	0.3	1,865	0.2	1.9
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	124,721	147,372	18.2	630,145	95.3	777,521	95.2	23.4
DIĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	4,787	6,754	41.1	30,795	4.7	39,601	4.8	28.6
AB (27) TOPLAMI	56,963	79,537	39.6	280,276	42.4	369,533	45.2	31.8
TOPLAM DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	129,508	154,126	19.0	660,940	100.0	817,122	100.0	23.6

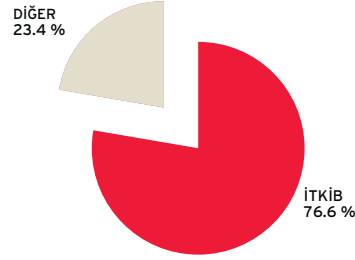
TÜRKİYE HALI İHRACATI

	2010 TEMMUZ 1000 \$	2011 TEMMUZ 1000 \$	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	2011 OCAK - TEMMUZ 1000 \$	TOPLAM HALIDA PAY %	DEĞİŞİM %
SUUDİ ARABİSTAN	17,672	33,599	90.1	91,037	13.9	154,972	18.0	70.2
ABD	9,751	11,205	14.9	68,836	10.5	83,963	9.7	22.0
ALMANYA	3,287	5,283	60.7	40,689	6.2	53,858	6.2	32.4
İRAK	8,060	8,574	6.4	29,511	4.5	32,826	3.8	11.2
İNGİLTERE	2,833	4,200	48.3	18,202	2.8	30,265	3.5	66.3
FRANSA	1,218	1,022	-16.1	12,202	1.9	27,656	3.2	126.6
BAE	3,307	5,279	59.6	16,914	2.6	26,110	3.0	54.4
RUSYA FEDERASYONU	1,850	2,955	59.8	13,727	2.1	18,798	2.2	36.9
JAPONYA	1,777	4,123	132.1	11,120	1.7	18,759	2.2	68.7
KAZAKİSTAN	3,670	1,345	-63.3	20,138	3.1	18,356	2.1	-8.8
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	53,425	77,585	45.2	322,377	49.1	465,562	53.9	44.4
POLONYA	1,429	1,727	20.8	16,769	2.6	17,842	2.1	6.4
BELÇİKA	2,156	1,682	-22.0	13,940	2.1	17,347	2.0	24.4
İRAN	2,164	3,008	39.0	15,129	2.3	17,314	2.0	14.4
KUVEYT	1,530	2,911	90.3	8,068	1.2	16,059	1.9	99.1
UKRAYNA	2,034	1,281	-37.0	12,195	1.9	15,977	1.9	31.0
TÜRKMENİSTAN	1,809	1,633	-9.7	9,212	1.4	13,448	1.6	46.0
İSRAİL	1,849	1,939	4.9	7,649	1.2	13,002	1.5	70.0
TACİKİSTAN	1,721	2,354	36.8	9,733	1.5	12,961	1.5	33.2
AFGANİSTAN	1,848	3,041	64.6	8,599	1.3	11,954	1.4	39.0
ROMANYA	2,194	1,456	-33.6	13,780	2.1	11,850	1.4	-14.0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	72,158	98,618	36.7	437,451	66.6	613,315	71.0	40.2
İTALYA	881	1,254	42.3	9,534	1.5	11,803	1.4	23.8
AZERBEYCAN-NAHCIVAN	1,555	957	-38.4	10,366	1.6	11,024	1.3	6.3
GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ	1,335	1,247	-6.6	7,751	1.2	10,237	1.2	32.1
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	786	1,394	77.3	4,362	0.7	9,567	1.1	119.3
KIRGIZİSTAN	914	1,852	102.5	4,426	0.7	8,609	1.0	94.5
AHL SERBEST BÖLGE	427	520	21.7	6,414	1.0	8,463	1.0	31.9
ÇEK CUMHURİYETİ	165	1,713	937.2	6,739	1.0	8,090	0.9	20.0
AVUSTRALYA	1,613	1,039	-35.6	6,345	1.0	7,393	0.9	16.5
MALEZYA	679	1,600	135.6	4,998	0.8	7,322	0.8	46.5
KANADA	327	1,150	251.3	3,461	0.5	7,051	0.8	103.7
FAS	522	954	82.6	4,489	0.7	6,889	0.8	53.5
CEZAYİR	187	874	366.4	4,360	0.7	6,883	0.8	57.9
YUNANİSTAN	1,625	1,249	-23.2	6,264	1.0	6,834	0.8	9.1
MISIR	1,985	1,054	-46.9	16,411	2.5	6,796	0.8	-58.6
PAKİSTAN	373	1,490	299.6	3,744	0.6	6,452	0.7	72.3
LİBYA	2,414	840	-65.2	14,969	2.3	6,302	0.7	-57.9
KOSOVA	1,127	1,251	11.0	4,424	0.7	5,906	0.7	33.5
LİTVANYA	675	-	-100.0	5,427	0.8	5,650	0.7	4.1
BOSNA-HERSEK	860	971	12.9	5,165	0.8	4,970	0.6	-3.8
AVUSTURYA	326	496	52.3	13,495	2.1	4,790	0.6	-64.5
İSVEÇ	399	560	40.5	3,451	0.5	4,452	0.5	29.0
KATAR	1,179	1,092	-7.4	4,852	0.7	4,142	0.5	-14.6
İSVİÇRE	150	334	122.5	1,925	0.3	4,077	0.5	111.8
SURİYE	1,186	415	-65.0	3,571	0.5	4,000	0.5	12.0
HOLLANDA	328	321	-2.3	2,146	0.3	3,779	0.4	76.1
ŞİLİ	431	454	5.4	2,570	0.4	3,735	0.4	45.3
HİNDİSTAN	568	754	32.8	2,839	0.4	3,574	0.4	25.9
LETONYA	-	83	-	8	0.0	3,421	0.4	45,340.8
İSPANYA	630	396	-37.1	2,563	0.4	3,374	0.4	31.6
BULGARİSTAN	223	244	9.1	2,786	0.4	3,298	0.4	18.4
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI	96,029	125,174	30.3	607,305	92.5	802,197	92.9	32.1
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER	7,971	9,568	20.0	49,360	7.5	61,130	7.1	23.8
AB (27) TOPLAMI	666	1,460	119.3	3,760	0.6	6,023	0.7	60.2
TOPLAM HALI İHRACATI	104,000	134,742	29.6	656,665	100.0	863,327	100.0	31.5

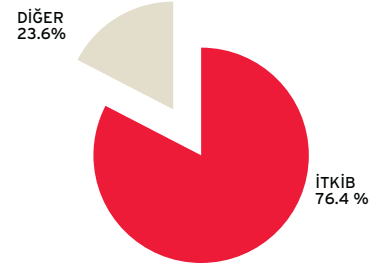
SEKTÖR İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI % (OCAK-TEMMUZ 2011)

	İTKİB	DİĞER
KONFEKSİYON	76.6	23.4
TEKSTİL	50.3	49.7
DERİ	76.4	23.6
HALI	23.5	76.5

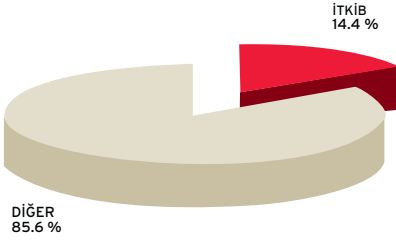
TÜRKİYE HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-TEMMUZ 2011)



TÜRKİYE DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-TEMMUZ 2011)



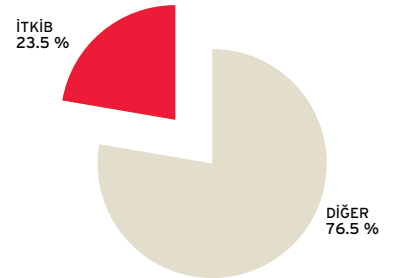
TÜRKİYE GENELİ İHRACATTA İTKİB'İN PAYI (OCAK-TEMMUZ 2011)



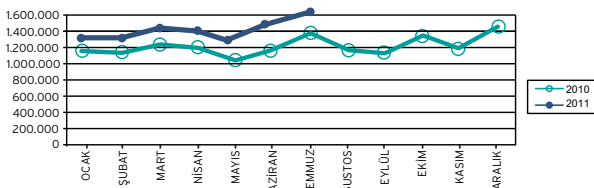
TÜRKİYE TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-TEMMUZ 2011)



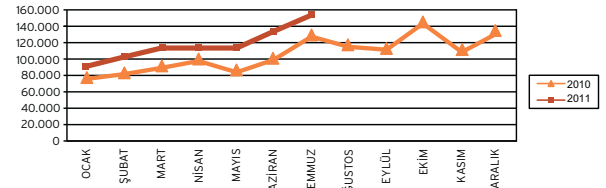
TÜRKİYE HALI İHRACATINDA İTKİB'İN PAYI (OCAK-TEMMUZ 2011)



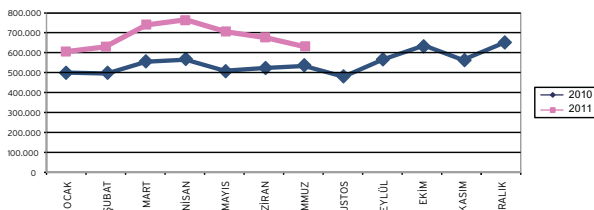
HAZIRGIYIM ve KONFEKSİYON İHRACATININ AYLIK SEYRİ



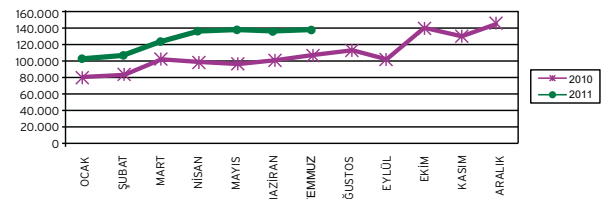
DERİ ve DERİ MAMÜLLERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



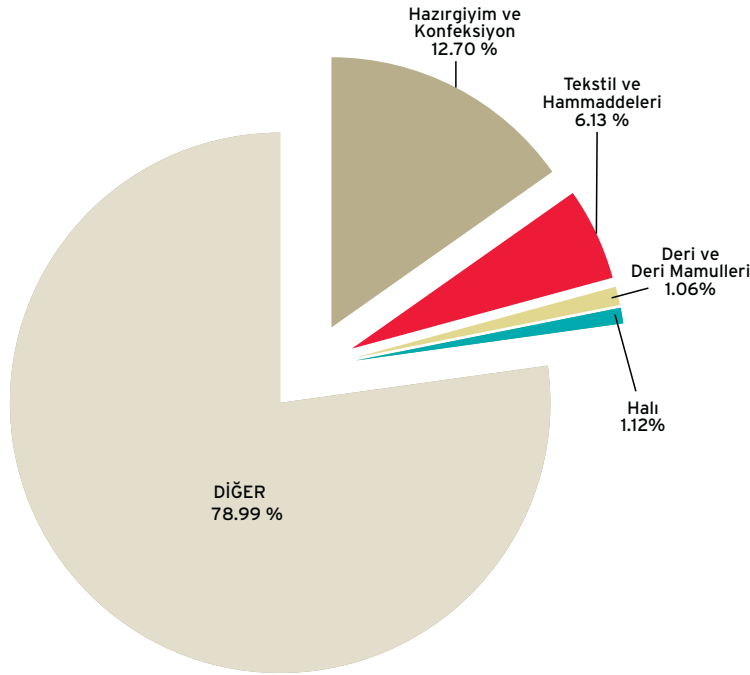
TEKSTİL ve HAMMADELERİ İHRACATININ AYLIK SEYRİ



HALI İHRACATININ AYLIK SEYRİ



TOPLAM İHRACAT İÇİNDE DÖRT SEKTÖRÜN PAYI



2010 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)

	Ş	EURO
1 Ocak 2010	1.4881	2.1377
1 Şubat 2010	1.4904	2.0724
1 Mart 2010	1.5427	2.0976
1 Nisan 2010	1.5115	2.0395
1 Mayıs 2010	1.4862	1.9669
1 Haziran 2010	1.5799	1.9208
1 Temmuz 2010	1.5770	1.9400
1 Ağustos 2010	1.4918	1.9499
1 Eylül 2010	1.5155	1.9361
1 Ekim 2010	1.4390	1.9751
1 Kasım 2010	1.4196	1.9805
1 Aralık 2010	1.4960	1.9586

2011 AYLIK DÖVİZ KURLARI (TL)

	Ş	EURO
1 Ocak 2011	1.5476	2.0606
1 Şubat 2011	1.5814	2.1729
1 Mart 2011	1.5980	2.2097
1 Nisan 2011	1.5360	2.1739
1 Mayıs 2011	1.5127	2.2429
1 Haziran 2011	1.5826	2.2818
1 Temmuz 2011	1.6073	2.3323
1 Ağustos 2011	1.6669	2.4029
1 Eylül 2011		
1 Ekim 2011		
1 Kasım 2011		
1 Aralık 2011		

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

	TEMMUZ				OCAK-TEMMUZ				SON 12 AY			
	2010	2011	Değişim ('11/'10)	Pay ('11) (%)	2010	2011	Değişim ('11/'10)	Pay ('11) (%)	2009-2010	2010-2011	Değişim ('10-'09/'11-'10)	Pay ('10-'11) (%)
I. TARIM	1,097,997	1,365,406	24.35	11.83	7,950,762	9,659,301	21.49	12.52	14,231,131	16,677,714	17.19	13.16
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	780,073	955,349	22.47	8.28	5,830,620	6,977,564	19.67	9.04	10,582,804	12,240,277	15.66	9.66
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	333,063	456,146	36.95	3.95	2,316,870	2,982,436	28.73	3.86	3,917,426	4,756,575	21.42	3.75
Yaş Meyve ve Sebze	112,868	132,196	17.12	1.15	1,213,200	1,330,678	9.68	1.72	2,094,124	2,288,030	9.26	1.80
Meyve Sebze Mamulleri	90,921	86,228	-5.16	0.75	580,662	606,308	4.42	0.79	1,072,466	1,143,350	6.61	0.90
Kuru Meyve ve Mamulleri	79,911	85,098	6.49	0.74	548,965	669,033	21.87	0.87	1,109,358	1,359,046	22.51	1.07
Fındık ve Mamulleri	105,361	119,218	13.15	1.03	691,679	858,116	24.06	1.11	1,402,414	1,699,219	21.16	1.34
Zeytin ve Zeytinyağı	12,092	15,039	24.37	0.13	121,004	107,117	-11.48	0.14	217,107	174,225	-19.75	0.14
Tütün ve Mamulleri	42,974	57,533	33.88	0.50	322,333	374,858	16.30	0.49	715,549	750,956	4.95	0.59
Süs Bitkileri	2,882	3,891	35.02	0.03	35,909	49,018	36.51	0.06	54,361	68,876	26.70	0.05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	79,160	120,990	52.84	1.05	518,243	774,632	49.47	1.00	877,567	1,214,818	38.43	0.96
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	79,160	120,990	52.84	1.05	518,243	774,632	49.47	1.00	877,567	1,214,818	38.43	0.96
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	238,765	289,068	21.07	2.51	1,601,899	1,907,105	19.05	2.47	2,770,759	3,222,618	16.31	2.54
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	238,765	289,068	21.07	2.51	1,601,899	1,907,105	19.05	2.47	2,770,759	3,222,618	16.31	2.54
II. SANAYİ	7,940,946	9,817,803	23.64	85.09	52,643,685	65,337,622	24.11	84.67	88,941,348	105,697,029	18.84	83.38
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	772,183	914,926	18.49	7.93	4,959,712	6,407,760	29.20	8.30	8,489,450	10,492,104	23.59	8.28
Tekstil ve Hammaddeleri	538,675	626,058	16.22	5.43	3,642,107	4,727,310	29.80	6.13	6,151,537	7,583,629	23.28	5.98
Deri ve Deri Mamulleri	129,508	154,126	19.01	1.34	660,940	817,122	23.63	1.06	1,159,681	1,423,656	22.76	1.12
Halı	104,000	134,742	29.56	1.17	656,665	863,327	31.47	1.12	1,178,232	1,484,819	26.02	1.17
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,084,859	1,359,535	25.32	11.78	6,939,340	9,607,114	38.44	12.45	11,464,496	15,321,650	33.64	12.09
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,084,859	1,359,535	25.32	11.78	6,939,340	9,607,114	38.44	12.45	11,464,496	15,321,650	33.64	12.09
C. SANAYİ MAMULLERİ	6,083,905	7,543,342	23.99	65.38	40,744,632	49,322,749	21.05	63.91	68,987,401	79,883,275	15.79	63.01
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,370,855	1,625,258	18.56	14.09	8,318,872	9,804,216	17.86	12.70	14,120,933	16,034,458	13.55	12.65
Otomotiv Endüstrisi	1,383,601	1,909,855	38.04	16.55	10,145,228	12,244,983	20.70	15.87	16,958,406	19,386,988	14.32	15.29
Gemi ve Yat	175,466	233,419	33.03	2.02	835,006	989,921	18.55	1.28	1,603,948	1,293,379	-19.36	1.02
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	732,155	827,591	13.03	7.17	5,251,158	5,756,883	9.63	7.46	9,373,289	10,092,986	7.68	7.96
Makine ve Aksamları	530,308	718,121	35.42	6.22	3,550,819	4,726,554	33.11	6.12	5,944,629	7,487,480	25.95	5.91
Demir ve Demir Dışı Metaller	498,544	581,317	16.60	5.04	3,226,981	4,061,050	25.85	5.26	5,796,056	6,611,484	14.07	5.22
Çelik	1,017,603	1,244,384	22.29	10.79	6,859,720	8,995,368	31.13	11.66	10,848,141	14,327,290	32.07	11.30
Çimento ve Toprak Ürünleri	278,093	283,038	1.78	2.45	1,875,027	1,880,210	0.28	2.44	3,200,025	3,208,364	0.26	2.53
Değerli Maden ve Mücevherat	90,913	115,328	26.86	1.00	641,017	814,342	27.04	1.06	1,082,939	1,372,584	26.75	1.08
Diğer Sanayi Ürünleri	6,366	5,031	-20.97	0.04	40,805	49,221	20.62	0.06	59,036	68,262	15.63	0.05
III. MADENCİLİK	339,581	354,559	4.41	3.07	2,078,700	2,197,980	5.74	2.85	3,311,181	3,770,637	13.88	2.97
Madencilik Ürünleri	339,581	354,559	4.41	3.07	2,078,700	2,197,980	5.74	2.85	3,311,181	3,770,637	13.88	2.97
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					64,282,029	77,169,832	20.05	100.00	109,656,017	126,771,022	15.61	100.00
T O P L A M (*)	9,378,525	11,537,768	23.02	100	64,282,029	77,169,832	20.05	100	109,656,017	126,771,022	15.61	100

BİRLİKLER

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)
Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-mail: arge@akib.org.tr
internet: www.akib.org.tr

Antalya İhracatçı Birlikleri (AİB)
Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: aib@aib.gov.tr
internet: www.aib.gov.tr

Denizli İhracatçı Birliği
Tel: 0 258 274 66 88
Faks: 0 258 274 72 22-62
e-mail: detkib@detkib.org.tr
internet: www.detkib.org.tr

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)
Tel: 0 442 214 11 84-85
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-mail: daib@tr-net.net.tr
www.daib.org.tr

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği
Tel: 0 462 326 16 01
Faks: 0 462 326 94 01 - 02
www.dkib.org.tr

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)
Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-mail: eib@egebirlik.org.tr
internet: www.egebirlik.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)
Tel: 0 342 220 00 10
Faks: 0 342 220 00 16
e-mail: gaib@gaib.org.tr
internet: www.gaib.org.tr

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)
Tel: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01 - 454 04 10
internet: www.itkib.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)
Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01
e-mail: iib@iib.org.tr
internet: www.iib.org.tr

İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri (İMMİB)
Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
internet: www.immib.org.tr

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)
Tel: 0 454 216 24 26 - 216 13 38
Faks: 0 454 216 48 42
e-mail: kib@hnutexp.org
internet: www.kib.org

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)
Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05 - 447 01 80
e-mail: oaib@foreigntrade.gov.tr
internet: www.foreigntrade.gov.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri
Tel: 0 224 2191000
Faks: 0 224 2191090
e-mail: uludag@uib.org.tr
internet: www.uib.org.tr

DERNEKLER

Adana Giyim Markaları Derneği (AGİMAD)
Tel: 0 322 453 53 21
internet: www.agimad.org

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği
Tel: 0 312 473 70 75 (pbx)
Faks: 0 312 473 70 77
e-mail: info@agsd.org.tr
Internet: www.agsd.org.tr

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)
Tel: 0 212 518 03 79
Faks: 0 212 516 03 01
e-mail: aysad@anet.net.tr
internet: www.aysad.org

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
Tel: 0 212 320 82 00
Faks: 0 212 320 82 03
e-mail: eutku@birlesmismarkalar.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)
Tel: 0 212 438 32 08
Faks: 0 212 438 32 09
e-mail: csd@csd.org.tr
internet: www.csd.org.tr

Denim Sanayicileri Derneği (DENİMDER)
Tel: 0 212 465 69 70 - 71
Faks: 0 212 465 69 72
e-mail: info@denimder.com
internet: www.denimder.com

Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)
Tel: 0 232 446 46 93
Fax: 0232 441 10 43
e-mail: ayferae@egsd.org.tr
internet: www.egsd.org.tr

Ege Tekstil ve Konfeksiyon Makine Satıcıları Derneği
Tel: 0 232 448 99 04

İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği
Tel: 0 212 249 45 00
Faks: 0 212 252 09 62
e-mail: info@igmd.org

İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD)
Tel: 0 212 556 58 87
Faks: 0 212 644 88 95
e-mail: posta@insad.org.tr
internet: www.insad.org.tr

İstanbul Tekstil Üreticileri Derneği (İTÜD)
Tel: 0 212 512 38 69
Faks: 0 212 512 38 70

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon Fasoncular Derneği
Tel: 0 216 336 87 72
Faks: 0 216 467 47 62
e-mail: iffad@itfad.com
internet: www.itfad.com

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)
Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Faks: 0 212 438 12 98
e-mail: kysder@superonline.com
internet: www.kysd.org.tr

Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği (LASİAD)
Tel: 0 212 458 12 49
Faks: 0 212 458 12 50

Merter Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD)
Tel: 0 212 643 47 22
Fax: 0 212 553 80 80
e-mail: mesiad@mesiad.org.tr
internet: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MDT)
Tel: 0212 296 90 45
Fax: 0212 296 90 47
www.mtd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği (OTİAD)
Tel: 0 212 231 92 85
Faks: 0 212 231 89 46
e-mail: otiad@otiad.org.tr
internet: www.otiad.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)
Tel: 0 212 637 68 05
Faks: 0 212 637 68 07

e-mail: orsad@orsad.org.tr
internet: www.orsad.org.tr

Rus Türk İşadamları Birliği (RTİB)
Tel: 007 095 931 99 65 (pbx)
Faks: 007 095 931 99 65
e-mail: rtib@umail.ru
internet: www.rtib.ru

Tekstil Aksesuar Sanayi İşadamları Derneği (TASİAD)
Tel: 0212 557 07 07
Tel: 0212 557 29 64
E-mail: taslad@tasladaksesuar.org
www.tasladaksesuar.org

Tekstil Etiketçileri Derneği
Tel: 0212 565 32 06
Faks: 0212 565 32 06
e-posta: info@etider.org
internet: www.etider.org

Tescilli Markalar Derneği
Tel: 0 212 219 79 99
Faks: 0 212 219 54 83

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD)
Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Faks: 0 212 292 23 04
e-mail: info@tetsiad.org
internet: www.tetsiad.org

Tüm İçgiyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)
Tel: 0 212 438 65 15
Fax: 0212 438 65 16
e-mail: info@tigsad.org
internet: www.tigsad.org

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)
Tel: 0 212 549 71 71
Faks: 0 212 549 71 17
e-mail: info@tasd.com.tr
www.tasd.com.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)
Tel: 0 212 665 27 47
Faks: 0 212 546 77 53
e-mail: tdkd@tdkd.org.tr
internet: www.tdkd.org.tr

Türkiye Dış Ticaret Derneği (TÜRKTİRADE)
Tel: 0 212 272 69 81
Faks: 0 212 275 51 36

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)
Tel: 0 212 639 76 56
Faks: 0 212 451 61 13 - 13
e-mail: tgisd@tgisd.org
internet: www.tgisd.org

Tekstil Boya ve Madde İhracatçıları Derneği (TEKS-BOYA DER)
Tel: 0 212 261 80 85 - 86
Faks: 0 212 261 02 33

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)
Tel: 0 212 438 06 60
Faks: 0 212 438 00 98
e-mail: dernek@trisad.org
internet: www.trisad.org

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği
Tel: 0 212 227 06 86
Faks: 0 212 260 11 57

KURUMLAR

Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT)
Tel: 0 312 294 50 00
Faks: 0 312 231 34 98
e-mail: bilg@dpt.gov.tr
internet: www.dpt.gov.tr

Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı
Tel: 0 312 204 75 00
Faks: 0 312 212 59 05
internet: www.foreigntrade.gov.tr

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)
Tel: 0 312 417 64 40
Faks: 0 312 425 33 87
internet: www.die.gov.tr

Gümrük Müsteşarlığı (GM)
Tel: 0 312 311 20 00
Faks: 0 312 212 22 97
İstanbul Tel: 0 212 243 50 56

Hazine Müsteşarlığı (HM)
Tel: 0 312 204 60 00
Faks: 0 312 212 22 97
internet: www.treasury.gov.tr

İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)
Tel: 0 312 417 22 33
İstanbul Tel: 0 212 454 08 00
e-mail: igeme@igeme.org.tr
internet: www.igeme.org.tr

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)
Tel: 0 312 212 81 90
Faks: 0 312 212 25 80
e-mail: kos@kosgeb.gov.tr
internet: www.kosgeb.gov.tr

Rekabet Kurumu
Tel: 0 312 266 69 69
Faks: 0 312 266 79 20
e-mail: rek@rekabet.gov.tr
internet: www.rekabet.gov.tr

Sosyal Sigortalar Kurumu Genel Müdürlüğü (SSK)
Tel: 0 312 458 70 00
Faks: 0 312 435 72 36
İstanbul Tel: 0 212 252 31 04

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı
Tel: 0212 402 44 00
internet: www.ivdb.gov.tr

SENDİKA VE ODALAR

DİSK Tekstil Sendikası
Tel: 0 212 637 29 00
Faks: 0 212 637 29 09

Tüm Dokuma, İplik, Trikotaj ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (ÖZ İPLİK-İŞ)
Tel: 0 312 232 06 07
Faks: 0 312 231 99 55
e-mail: oziplik@ozipliks.org.tr
internet: www.ozipliks.org.tr

Tekstil Mühendisleri Odası
Tel: 0 232 446 22 43
Faks: 0 232 446 27 92

Türkiye Tekstil Sanayi İşverenler Sendikası
Tel: 0 212 344 07 77
Faks: 0 212 344 07 66 - 67

T. Tekstil, Örne ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası
Tel: 0 312 431 21 70
Faks: 0 312 435 78 26

VAKIFLAR

İHKİB Eğitim Vakfı
Tel: 0 212 454 03 29

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)
Tel: 0 212 470 51 53
Faks: 0 212 470 52 13

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)
Tel: 0 212 558 23 02
Faks: 0 212 558 22 96
e-mail: turdev@turk.net

Türkiye Tekstil, Hazır giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)
Tel: 0 232 431 16 15
Faks: 0 232 431 16 90
e-mail: targev@targev.org.tr
Internet: www.targev.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)
Tel: 0 212 227 06 05
Faks: 0 212 227 07 05

Türk Dış Ticaret Vakfı (TDV)
Tel: 0 312 235 65 10
Faks: 0 312 235 65 15
e-mail: info@tdv.org.tr
internet: www.tdv.org.tr

SERBEST BÖLGE

Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi (SB)
Tel: 0 212 465 00 65 (3hat)
Faks: 0 212 465 00 68

Çorlu Avrupa Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 282 692 10 54 (4hat)
Faks: 0 282 691 10 59

İstanbul Deri ve Endüstri Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 21 28
Faks: 0 216 394 12 53

İstanbul Trakya Serbest Bölge Müdürlüğü
Tel: 0 212 789 60 00 (20 hat)
Faks: 0 212 789 29 23
e-mail: isttrakyasb@superonline.com
internet: www.rekabet.gov.tr

GÜMRÜKLER

İstanbul Gümrükleri Başmüdürlüğü
Tel: 0 212 377 32 01
Faks: 0 212 243 50 56
Başmüdür Yrd. Tel: 0 212 377 32 13

Haydarpaşa Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 345 32 12
Faks: 0 216 345 32 12

Erenköy Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 364 29 75
Faks: 0 216 364 29 75

İstanbul Deri Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 394 19 07
Faks: 0 216 394 19 21

A.H.L. Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 00 69
Faks: 0 212 465 00 70

Halkalı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 678 47 91
Faks: 0 212 678 47 91

Ambarlı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 875 70 71
Faks: 0 212 875 70 71

Atatürk Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 44
Faks: 0 212 465 52 44

A.H.L. Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 465 52 48

Çerkezköy Gümrük Müdürlüğü
Tel - Faks: 0 282 726 58 61

Karaköy Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 212 243 21 39
Faks: 0 212 243 21 39

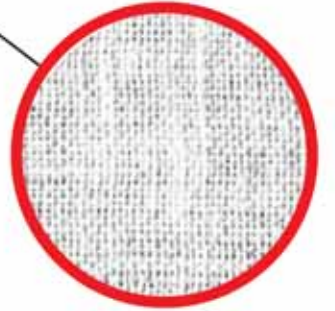
Sabiha Gökçen Havalimanı Gümrük Müdürlüğü
Tel: 0 216 585 55 35



GÖMLEKTE KALİTE DETAYLARDA GİZLİDİR

2007 yılından bu yana Türkiye'de de hizmet veren Permess, tasarımlarınızı tamamlayan tela çözümleriyle hizmetinizde...

Özel markaların özel telası



Permess
International

a world of textile innovation...

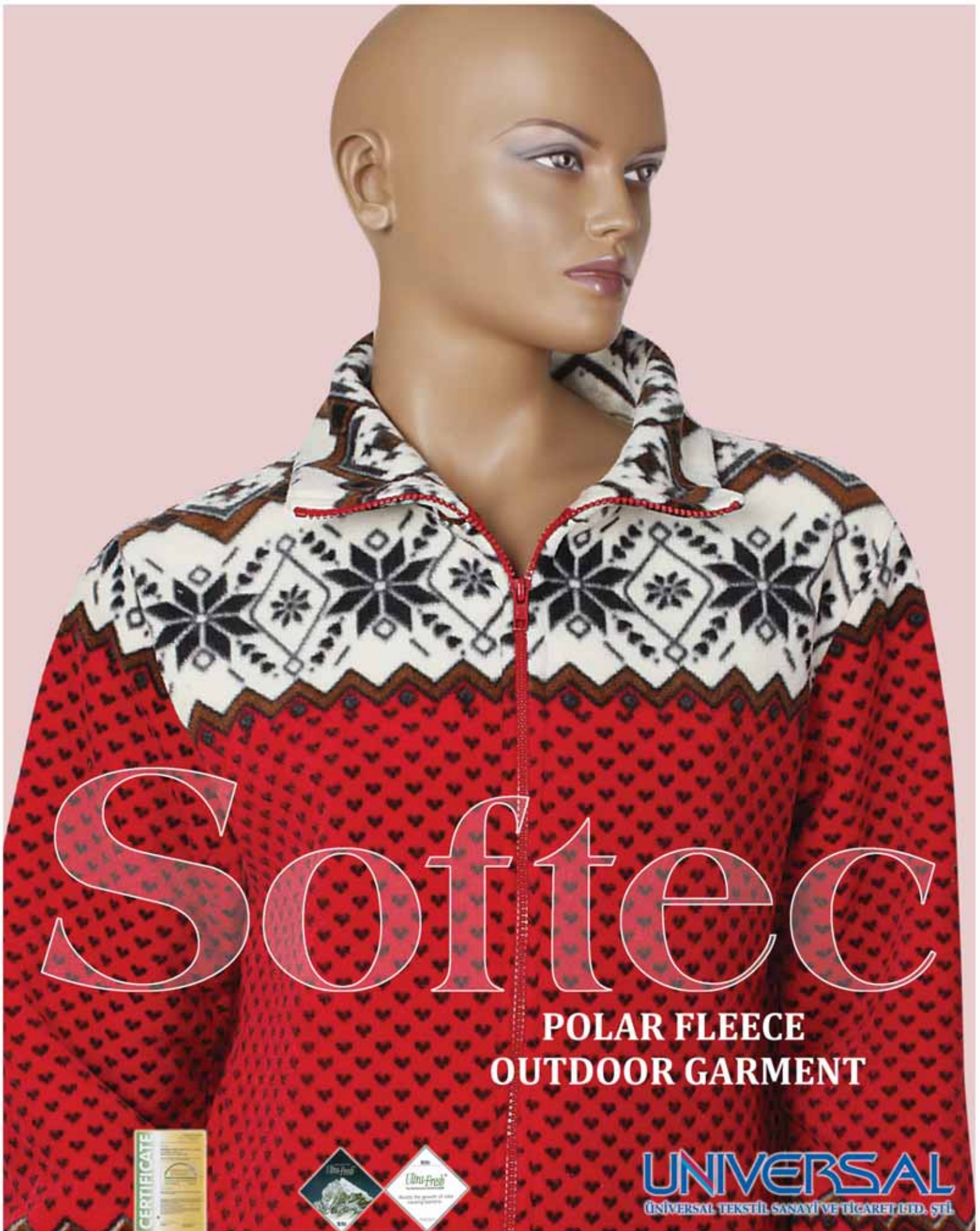
Tekstilkent A11 Blok No 13 34235 Esenler İSTANBUL

Tel: +90 (0)212 438 06 50 **Fax:** +90 (0)212 438 06 51

satis@permess.com.tr - bestinterliningforbestbrands@permess.com.tr

www.permess.com





Softtec

**POLAR FLEECE
OUTDOOR GARMENT**



CONFIDENCE IN TEXTILES
CONFIDENCE IN UNIVERSAL FABRICS



ULTRA-FRESH

UNIVERSAL
UNIVERSAL TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

www.polarflic.com

Organize Sanayi Bölgesi, Turgut Özal Cad. No: 114, İkitelli Başakşehir-İstanbul / Türkiye Phone: +90-212-671 03 74 Fax: +90-212-671 03 75
Kuştepe Mevkii-Velimeşe / Çorlu / Tekirdağ / Türkiye Phone: +90-282-674 51 08 Fax: +90-282-674 51 12 universal@polarflic.com