

DENİZLİ'DEKİ TEKSTİL ve HAZIR GİYİM ÜRETİMİNİN SORUNLARI ve ALINAN TEDBİRLER

Dr. Zümrüt BAHADIR ÜNAL, Prof. Dr. Ziynet ÖNDOĞAN
Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü

ÖZET

Tekstil ve hazır giyim dendiğinde akla ilk gelen illerden bir tanesi Denizli'dir. Denizli, son 30 yılda gerçekleştirdiği kalkınma hamlesi ve dünya pazarlarına açılmasıyla adını duyurmuştur. Özellikle tekstil ve hazır giyimde oldukça yüksek bir paya sahiptir.

Düşük döviz kuru, artan ithalat ve Çin faktörü, uzun bir süredir Türkiye gündeminde tartışılan konulardır. Tekstil ve hazır giyim sektörü zor günler geçirmektedir. Standardı yükselen Türkiye'nin fasonculuğa daha uzun süre devam edemeyeceği bir gerçektir. Çin rekabeti, bu süreci hızlandırmış, daha ağır hâle getirmiş bulunmaktadır. İhracata dayalı bir ekonomiye sahip kentte, Üretilen tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin tamamına yakını başta Almanya, ABD, İngiltere ve Fransa olmak üzere 100'den fazla ülkeye ihraç edilmektedir. En fazla ihraç edilen ürüne havlu, bornoz, çarşaf ve nevrisedir. Dolayısıyla üretilen ürünlerin katma değerleri çok yüksek değildir.

Bugüne kadar katma değeri düşük, fason üretimle ihracat yapmayı tercih eden sanayicinin bir bölümü, dünya markası oluşturmak, ürünlerini kendi markasıyla satmak ve etkin pazarlama yöntemlerine geçmek gerçeğini görerek bu yönde çalışmalara başlamışlardır. Bu nedenle ildeki sanayicilerin Araştırma-Geliştirme faaliyetlerine önem vermeleri gerekmektedir. Bu yazıyla birlikte sanayicilerin bu konuda aldıkları tedbirler, yapılan çalışmalar ve pazarlama stratejileri araştırılacaktır.

GİRİŞ

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, dünyada gerek üretim sürecinde yaratılan katma değer ve gerek ihracat gelirleri içindeki yüksek payı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde

önemli roller üstlenen ve ülkelerin kolayca vazgeçemeyeceği bir sektördür. Tekstil ve konfeksiyon sektörü, ülkelerin daha ileri sanayilere geçiş için yarattığı sermaye birikimi ve yetmişmiş işgücü nedeniyle ellerindeki en önemli basamak taşlarından birisi konumundadır. Ekonomik kalkınmanın ileri aşamalarına geçmiş, gelişmiş ülkelerde tekstil ve konfeksiyon sektörünün imalat sanayi üretimi içindeki payı sürekli azalırken, gelişmekte olan ülkelerde ise imalat sanayi üretimi içinde sektörün payı artmıştır. Tekstil ve konfeksiyon sektörü, ülkemiz gibi yoğun genç nüfusa sahip ülkelerde önemli bir istihdam kaynağı olma özelliğine sahiptir (1).

Dünyada ülkelerin rekabet gücünü belirleyen ve etkileyen en önemli kriter ve unsur, o ülkenin işletmelerinin iç ve dış piyasalarda gösterdiği performans ve yarattığı katma değerdir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tekstil sektörü ülkenin gelişmesinde ve kalkınmasında ilk ele alınan ve yatırımların yoğunlaştığı sektör olmuştur. Bunda hammaddenin ülkemizde üretilmesinin yanı sıra 20-25 sene önceki yapısıyla emek-yoğun bir sektör olmasının da etkisi olmuştur. Ancak günümüzde sektörün hem emek-yoğun yapısı tamamı ile (hazır giyim sektörü hariç) ortadan kalkmış, hem de ürettiğimiz hammadde tüketimimize yetmediği için ciddi bir pamuk ithalatçısı (yılda yaklaşık 350-400 bin ton) ülke konumuna gelmiştir (2).

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Ülkemizde tekstil ve konfeksiyon, 25 yıllık gelişmesini hep tedarikçi olarak sağlamıştır. Yabancı büyük alıcılar ürün kalitesi, ürün çeşidi ve fiyat konusunda hep belirleyici olmuşlardır. Türkiye bu nedenle piyasa yapıcı ülke olamamıştır. Alıcıların ilgisi nedeniyle yıllık ihracatta 20 milyar dolar sınırına dayanan sektör, Türkiye ile aynı kalitede ama daha ucuza mal üretebilecek rakipler ortaya çıkmaya başladıktan sonra (Çin, Hindistan ve onların hinterlandındaki Uzakdoğu ülkeleri) büyük alıcılar nezdindeki önemini yitirmeye başlamıştır. Asya-Pasifik'te ortalama 80-150 dolar arasında değişen, hatta kırsala gidildikçe 40-50 dolara kadar gerileyen işçilik ücretleri ile Türk şirketlerinin rekabet şansı kalmamıştır. Yapılan bir araştırmaya göre Asya-Pasifik ülkelerinde 2020 yılına kadar 600-800 milyon arası yeni işgücü arzı ortaya çıkacaktır. Bunların büyük çoğunluğunun tekstil ve hazır giyime yöneleceği düşünülürse, o ülkelerdeki işçilik ücretlerinin kısa vadede artmasını beklemek gerçekçi görünmemektedir (3).

Ancak tüm bu olumsuz gelişmelere rağmen tekstil sektörü, GSMH'nın yaklaşık yüzde 11'ini, ihracatın yüzde 28'ini, toplam sanayi üretiminin yaklaşık yüzde 10'unu, kayıt dışı da dikkate alındığında toplam işgücünün doğrudan 2 milyon 500 bin insanı bünyesinde barındıracak bir büyüklüğe ve etkinliğe ulaşmıştır (4).

Hazır giyimciler ihracatın yüzde 75.5'ini AB ülkelerine yapmaktadırlar. AB ülkeleri içerisinde en fazla ihracat yapılan ülke Almanya (% 26,5), onu İngiltere (% 16,3), Fransa (% 7,4), Hollanda (% 6,6), İtalya (% 4,2) ve İspanya (% 4) izlemektedir(5).

DENİZLİ TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ

Denizli ve yakın çevresinin coğrafi konumu, Denizli'yi yörenin çekim merkezi haline dönüştürmüş ve bölgede ticari etkinlikleri geliştirmiştir. Dokumacılık üzerine gelişen ticari etkinliklerin sonucunda elde edilen birikimler, Devlet teşvikleriyle desteklenmiş ve günümüzdeki Denizli sanayisinin temeli atılmıştır (6).

Tekstil sanayii, yüksek istihdam hacmi ve aynı zamanda yarattığı katma değer büyüklüğü bakımından Denizli'nin önde gelen sanayii sektörü durumundadır (6).

Özellikle son yıllarda konfeksiyon ihracatının devletçe teşvik edilmesiyle birlikte, Denizli dokuma sanayii konfeksiyon üretimine de yönelmiştir. Bir taraftan konfeksiyon üretimi yapan yeni fabrikalar kurulurken; iplik ve dokuma fabrikaları da yenileme yatırımlarına hız vermişlerdir (6).

Denizli ve çevresinde dokumacılık 1950'lere kadar geleneksel bir el sanatı şeklinde sürmüş, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra 1970'li yıllara kadar dokuma sanayisinde önemli bir değişim süreci yaşanmıştır. Fabrikasyon ham bez üretimine 1953 yılında kurulan Sümerbank bez fabrikası ile geçilmiş, bu tesisin açılması yörede dokuma sanayisinin canlanmasında etkili olmuştur (6).

1950-1970 yılları arasında sanayiinin kurulması için gerekli olan sermaye ve teknoloji birikiminin sağlanması gibi ön koşulların gerçekleştirilmesinden sonra 1970'lerden sonra devlet teşviklerinin de katkısıyla dokuma sanayiinde belli bir sıçrama meydana gelmiştir. 1970-1980 arasında ve daha sonraki yıllarda çok sayıda dokuma tesisi kurulmuştur. Ancak bu tesisler son yıllarda konfeksiyon ihracatına da yönelmişler, büyüyerek üretim kapasitelerini ve çeşitlerini artırmışlardır (6).

Bu yılın Haziran ayı içerisinde kayda alınan tekstil ve konfeksiyon ihracatının ise 83 milyon 519 bin dolar olduğu ve geçen yılın aynı ayına göre yüzde 22 artış gözlendiği kaydedilmiştir. Denizli tekstil ve konfeksiyon ihracatının 3 ana kalemini oluşturan mamullerden bornoz-sabahlık ihracatında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0.19, havlu ihracatında yüzde 0.31, çarşaf-nevresim ihracatında da yüzde 13.48 artış gözlendiği bildirilmiştir. Bu 3 kalemin toplam ihracat içindeki payının yüzde 72.36 olarak gerçekleştiği ifade edilmiştir (7).

Açıklamada, tekstil ve konfeksiyon ihracatında ilk 3 sırayı alan ülkelerden Almanya'ya yönelik ihracatta yüzde 0.23, ABD'ye yapılan ihracatta yüzde 2.73, İngiltere'ye yapılan ihracatta ise yüzde 17.85 artış olduğu belirtilmiştir. Öte yandan, Avrupa Birliği'ne yapılan ihracatın, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5.61 artarak 348 milyon 765 bin dolara ulaştığı kaydedilmiştir (7).

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİSİNİN SORUNLARI

Ülkemizde tekstil işletmeleri de başta olmak üzere birçok şirketin zor durumlara düştükleri, bu sıkıntılardan kurtulmak için el değiştirdikleri, ara sıra ihtiyaçları olan işletme sermayesi temini için adeta yok pahasına satıldıkları bilinen bir gerçektir.

Denizli için de aynı sorunlar söz konusudur. Bu işletmelerin zor duruma düşmelerinin çeşitli nedenleri vardır. Bunlar (2,3);

- Pazar şartlarının daralması,
- Öngörülemeyen yüksek sermayeli başka şirketlerle rekabet,
- Karların enflasyon oranında artmaması nedeniyle işletme sermayesi yetersizliği,
- Gelişen teknolojiye ayak uyduramama,
- Yanlış yatırım kararları,
- Ekonomik, sosyal, hukuki ve politik sistemlerdeki belirsizlik ,
- Yüksek elektrik (enerji) fiyatları,
- Yüksek işçilik maliyetleri, istihdam vergileri. (Ortalama yüzde 43'ü buluyor, Dünya ortalaması ise yüzde 25),
- Aşırı değerli YTL. (3 yılda yüzde 45 değerlendirildi),
- Döviz kurlarındaki düşüş,
- Uzakdoğu rekabeti

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİSİNİN DEVAMI İÇİN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Türkiye ihracatının lokomotifi tekstil ve hazır giyim sektörü olduğuna göre ülkemizin krizden çıkmasında bu sektöre bir kez daha büyük görevler düşmektedir. Bu nedenle sektörün sahip olduğu birtakım avantajları korurken mikro ve makro çevrenin kendisine sunduğu fırsatları değerlendirmesi, risklerden de kaçınması ve bunlara karşı önlemler alması gerekmektedir. Aşağıda sektörün sahip olduğu veya değerlendirebileceği fırsatlar ile günümüzde ve özellikle de gelecekte kendisini tehdit eden ve gelişmesini sınırlayabilecek olan riskler değerlendirilmeye çalışılarak bunlara karşı izlenebilecek stratejiler ortaya konmaya çalışılmıştır (2).

Ülke adı	İşçilik saat ücreti (\$)	Ülke adı	İşçilik saat ücreti (\$)
İsviçre	24.08	Meksika	2.33
Danimarka	23.10	Slovakya	1.48
Belçika	21.70	Çin	0.62
Almanya	21.48	Pakistan	0.60
Norveç	20.25	Hindistan	0.50
Portekiz	4.51	Madagaskar	0.41
Türkiye	2.48	Bangladeş	0.40

Tablo 1. Bazı ülkelerde saat başına işçilik ücretleri (Şubat 2001'de yaşanan devalüasyondan sonra bu rakamın 1.50 dolara düştüğü öngörülmektedir)

İşçilik ücretleri AB, ABD ve diğer gelişmiş ülkelere göre oldukça düşük düzeydedir. 1999, 2000 ve 2001'de yaşanan iç ve dış ekonomik krizler ve 2001 Şubat devalüasyonu sonrasında işçilik ücretleri daha da düşmüştür. Ancak işçilik ücretlerindeki avantaj kısa süreli ve geçicidir. Çünkü Tablo 1'den de görülebileceği gibi bu konuda bizden daha avantajlı ülkeler vardır. Ayrıca ekonomik büyüme gerçekleştikçe, sosyal adalet

sağlanmaya çalışıldıkça ve sendikalar güçlendikçe işçilik maliyetlerindeki yükselme doğal olarak kaçınılmaz olacaktır. Ayrıca bir ülkenin ucuz işgücü ile gurur duyması o ülkenin içinde bulunduğu çarpıklığı da ortaya çıkarmaktadır. Türkiye ucuz işgücü ile değil, hizmet, kalite, farklılık (tasarım) ve markası-imağı ile rekabet etmeye yönelmelidir. Ancak katma değeri en yüksek olan hazır giyim sektörü emek-yoğun niteliğini hala ve belirli bir süre değiştiremediği için, işgücü maliyeti toplam maliyetler içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Firmalarımız bir yandan bu avantajdan yararlanırken diğer yandan da kalite, hizmet, marka ve tasarımda da kendilerini geliştirirlerse daha başarılı olacaklardır (2).

- ABD, Japonya, AB ülkeleri, G.Kore... gibi ülkeler Gayri Safi Milli Hasıllarının % 2-3'ünü Ar-Ge faaliyetlerine ayırırlarken Türkiye'de ise bu oran sadece % 0,7'den de daha düşüktür. Türkiye Cumhuriyeti'nin G.S.M.H' nin % 10 kadarını tek başına sağlayan tekstil ve konfeksiyon sanayisinin, Türkiye'nin zaten küçük olan Ar-Ge pastasından aldığı pay sadece % 1,5'tur. Yeni ürün keşfetme ve geliştirme becerisinin artırılması, yani AR-GE'ye verilmeyen önemin çok geç olmadan verilmesi gerekmektedir (8).
- Hindistan, Çin gibi Uzakdoğu ülkeleri, eski Doğu Bloğu ülkeleri, Bulgaristan, Romanya, Kuzey Afrika ülkeleri (Fas, Tunus, Cezayir), Güney ve Orta Amerika ülkeleri bize göre daha düşük maliyetle mamul ürettiklerinden pazardaki rekabetin daha da artmasına neden olmaktadır. Ayrıca bu ülkelerin gelişmiş ülkelerle yaptıkları serbest ticaret anlaşmaları sayesinde avantajlı konuma geçmekte ve ihracatlarını bu pazarlara hızla artırmaktadırlar (2).
- Devlet politikalarındaki değişimler ve istikrarsızlıklar tekstil ve konfeksiyon sektörünün karşılaştığı olumsuz risklerdendir. Bu olumsuz etkiler, sektörün geleceğini görmesini ve buna uygun stratejiler geliştirmesini imkansız kıldığı gibi maliyet kalemlerinde de dalgalanmalara neden olmaktadır (2).
- Firma ve ürün imajının, günümüzde çok önemli olduğu bilinen bir gerçektir. Ancak firmalarımızın bu konuya henüz istenilen düzeyde önem vermediklerini görmekteyiz. Bunun gerekçesi ne olursa olsun bir işletmenin faaliyet gösterdiği pazarlarda kurumsallaşabilmesinin imajdan ve firma kültüründen geçtiği bilinmektedir(2).
- Artan ve artmaya devam eden yüksek maliyetler nedeniyle Türk tekstil sektörünün fasoncu olarak kalması mümkün değildir. Derhal marka yaratmaya ve yüksek kaliteli ürünlere doğru yönelmesi gerekir.
- Uluslararası fiyatlara göre Tablo 2. 'de de görüldüğü gibi enerji maliyetinin yüksek oluşu ve enerji kesintileri Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünü olumsuz etkilemektedir. Bu durum sektörün rekabet gücünü etkileyebilecek bir risk olarak karşımıza çıkmaktadır (3).

Ülke adı	Elektrik fiyatı (cent)	Ülke adı	Elektrik fiyatı (cent)
Japonya	13,7	İrlanda	5,7
Türkiye	9,8	İspanya	5,6
İtalya	9,4	Yunanistan	4,9
Hindistan	8,0	Fransa	4,7
Almanya	7,9	Avusturya	4,6
İngiltere	7,0	ABD	4,0
Belçika	6,8	Kanada	3,8
Hollanda	6,1	Polonya	3,7

Tablo 2. Sanayi’de kullanılan elektrik fiyatı (cent)

• Kayıt dışı ekonominin önlenerek kayıt altına alınması gerekmektedir. Ayrıca yatırım ortamının iyileştirilmesi için gelir artırıcı, adaletli bir vergi reformunun gerçekleştirilmesi gerekmektedir (9).

SONUÇ

Denizli sanayicisinin tekstil ve konfeksiyonu, tüm sorunlarına rağmen tamamen bırakması hem zor hem de ekonomik değildir. Muhtemelen bundan sonraki süreç, İtalya ve Fransa'nın yaşadığı tecrübeleri yaşamak, katma değeri yüksek ürünlere, moda yöneltmek olacaktır. Ancak bu mücadelede birtakım elemeler olacaktır (10).

Denizli'nin tekstil ve konfeksiyon ihraç ürünlerinin en büyük kalemlerini oluşturan havlu ve bornoz ihracat miktarı, Türkiye'nin bu iki kalemden toplam ihracatının %50'sini aşmıştır. Denizli'nin dış ticarete kazandığı başarıyı gelecekte de sürdürmesi ve artırabilmesi için endüstriyel verimliliğin ve rekabet gücünün artırılması, yeni teknolojilerin takip edilerek uygulanması ile gelişmiş dünya ekonomileriyle entegrasyonu tamamlayacak yeni bir gelişme trendi içine girmesi gerekmektedir. (11).

Bu mücadeleyi verirken işletmelerin birtakım düzenlemelere gitmeleri gerekmektedir. Yüksek ürün ve hizmet kalitesinin sağlanabilmesi için; müşteri merkezli yönetim politikaları, çalışanlara yönelik tutum ve davranışlar ile tepe yönetimin oluşturacağı strateji ve vizyon çok önemlidir. Bunlar aynı zamanda işletme yönetiminin kalitesini de belirleyen unsurlardır.

İnsanlar artık sadece örtünmek ve süslenmek için giyinmemektedirler. Giysilerin kendilerine başta sağlık, güvenlik ve bilişim alanlarında olmak üzere, ek hizmetler de vermesini, ek fonksiyonlar da sağlamasını istemektedirler. Bu trendin ağırlığı ve önemi her geçen gün artmaktadır. Elbise vücuduna vitamin versin, selülitini engellesin, kendini rahatlatсын, masaj yapsın istemektedirler. Klasik üretimin hamallığını yapmak yerine, yüksek performanslı teknik tekstillerin araştırılıp geliştirilmesine önem vermek en akılcı çıkış yolu olacaktır (3).

Fonksiyonel tekstil dışındaki diğer öneri ise 'akıllı tekstil' ürünleri de denen teknik tekstillerdir. Bu ürünler, tekstili elektronik ve teknoloji ile birleştirmektedir. Geçmişte

teknik tekstillerin kullanım alanları, çadır, tente, yelken, çuval, halat, urgan... gibi az sayıdaki ürünle kısıtlı kalmıştır. Oysa günümüzde dünyada kullanılan liflerin yüzde 25'ten fazlası teknik tekstiller için kullanılmaktadır. Bu alandaki ilginç üretimlere örnek vermek gerekirse; askerî kıyafetler, yaralananı askeri merkeze bildirebilmektedir. Evde düşüp bir yerini kıran veya bayılan yaşlı insanların durumunu acil servislere haber verebilmektedir. İklim'e göre vücut sıcaklığını ayarlayan kıyafetler de bu kapsama girmektedir. Güneş ışığına göre, aynen color matik gözlüklerde olduğu gibi, odaya giren ışığı ayarlayan perdeler de bu türe örnek verilebilir. Bunlar, tamamen bilgi yoğun teknoloji kullanılarak elde edilmiş ürünlerdir. Bu tip üretimin kolay bir süreç olmadığı bir gerçektir, ancak bundan sonraki yatırımların bu yönde olması gerekmektedir. Bunun için de AR-GE kadar, ürün geliştirmeye de yatırım yapılması gerekmektedir (3).

KAYNAKLAR

- 1- <http://www.dtm.gov.tr/IHR/sector/tekstil.htm>
- 2- Atılğan, T., 2001, "Türk Tekstil Sektörünün Fırsat ve Riskleri", Tekstil İşveren Dergisi, Sayı 261, Eylül Sayısı
- 3- Özcan, Z., 2006, "Tekstilde Fırsat Krizi", Aksiyon Haftalık Haber Dergisi, Sayı 587, Mart Sayısı.
- 4- DTM ve DPT Verileri
- 5- İTKİB Verileri
- 6- <http://www.denizlitextil.com/tr/tekstil.html>
- 7- http://www.haber20.net/news_page?m=3&id=2754
- 8- Tarakçıoğlu, I., 2004, "Tekstil Sanayii Gelecekte Nerede Üretecek?", Tekstil İşveren Dergisi, Sayı 299, Kasım Sayısı.
- 9- Dünya Gazetesi; 12.10.2005 tarihli sayısı
- 10- http://irc.ege.edu.tr/forum/topic.asp?TOPIC_ID=9