



This project is funded by the European Union.
Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir.
هذا المشروع تم تمويله من قبل الاتحاد الأوروبي

Suriye Krizine Yanıt Olarak
Türkiye’de Dayanıklılık Projesi (TDP)

Sektörel Yol Haritaları: Türkiye’de Tekstil Sektörü





This project is funded by the European Union.
Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir.
هذا المشروع تم تمويله من قبل الاتحاد الأوروبي



All rights reserved©. MMXX

This publication was produced by İKADA for the Job Creation Component of the Turkey Resilience Project in Response to the Syria Crisis (TRP) implemented by the United Nations Development Programme (UNDP) in cooperation with Republic of Turkey Ministry of Industry and Technology.

Its contents do not necessarily reflect the views of the United Nations Development Programme (UNDP).

This publication was produced with the financial support of the European Union. Its contents do not necessarily reflect the views of the European Union.

©Tüm Hakkı Saklıdır. MMXX

Bu yayın, İKADA tarafından, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın yürüttüğü (UNDP) Suriye Krizine Yanıt olarak Türkiye'de Dayanıklılık Projesi'nin (TDP) İstihdam Yaratımı Bileşeni kapsamında Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı iş birliğiyle hazırlanmıştır.

Bu yayının içeriği Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP) görüşlerini yansıtmamaktadır.

Bu yayın Avrupa Birliği'nin maddi desteği ile hazırlanmıştır. Bu yayının içeriği Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmamaktadır.

Tasarımcı: Arzu Çelik



Suriye Krizine Yanıt Olarak Türkiye'de Dayanıklılık Projesi (TDP)

İSTİHDAM YARATIMI BİLEŞENİ

2020



İçindekiler

1. GİRİŞ.....	11
1.1 ÖZET.....	13
2. SEKTÖRÜN DURUMU.....	14
2.1 TÜRKİYE.....	15
2.1.1 SEKTÖREL BAKIŞ - TÜRKİYE.....	15
2.2 BÖLGESEL VE KÜRESEL PAZARA BAKIŞ VE SON TRENDLER.....	21
2.3 MÜLAKAT VE ARAŞTIRMA SONUÇLARI.....	24
2.4 KİLİT BULGULARIN ÖZETİ.....	25
3. ÇAPRAZ STRATEJİLER.....	28
3.1 GELİŞİM İHTİYAÇLARI VE HEDEFLERİ.....	29
3.2 ÖNERİLER.....	31
3.3 AKSİYON PLANI.....	32
3.3.1 SEKTÖR İÇİN İŞGÜCÜ KAZANIMI STRATEJİ ÖNERİLERİ.....	42
3.3.2 SEKTÖRÜN GELECEĞİNE DAİR.....	44
4. ÇALIŞTAY.....	48
4.1 SEKTÖR TEMSİLCİLERİ TARAFINDAN GÜNDEME GETİRİLEN PROBLEMLER.....	49



Tablolar Listesi

Tablo 1. Yıllara Göre Tekstil İhracatı.....	17
Tablo 2. İlk 10 Ülke Bazında 2016-2017 Tekstil İhracatı.....	18
Tablo 3.İller Bazında 2016-2017 Yılı Tekstil İhracat Verileri.....	19
Tablo 4. Ülkeler Bazında Türkiye Teknik Tekstil İhracatı.....	20
Tablo 5. Ülke Bazında Türkiye Teknik Tekstil İthalatı.....	21
Tablo 6. Tekstil Sektörü İş Potansiyelleri.....	42



Şekiller Listesi

Şekil 1. Tekstil İhracatçısı Ülkeler – 2017 Dünya Pazar Payı.....	16
Şekil 2. Teknik Tekstil İhracatının Gelişimi.....	20
Şekil 3. Teknik Tekstil Pazarı (Materyale Göre).....	22
Şekil 4. Teknik Tekstil Pazarı (Ürüne Göre).....	23
Şekil 5. Teknik Tekstil Pazarı (Bölgelere Göre).....	23
Şekil 6. Tekstil endüstrisinde kesişen teknolojilerle ilgili potansiyel endüstriyel ilgi alanları.....	30
Şekil 7. Girişimcilik Yolu.....	43



1

GİRİŞ

Tekstil imalat sanayisi, geleneksel üretimin ilk aşamalarına sanayi devriminde başlamış ve daha sonra sanayileşmiş ülkelerin vazgeçilmez sanayi kolu haline dönüşmüştür. Günümüzde teknolojik gelişmelerin desteğiyle çok çeşitli ve fonksiyonel ürünleri ile tüm ülkeler için önemli bir sanayi dalı olmaya devam etmektedir.

Tekstil imalat sanayisi endüstriyel elyaf, iplik, dokuma ve örme kumaş, dokuma olmayan kumaşlar, boyama ve terbiye, ev tekstili, teknik tekstiller, giysiler ve halılar dahil olmak üzere geniş ve önemli bir üretim ve ürün yelpazesine sahiptir.

Ülkelerin refahındaki artış her türlü tekstil ürününe olan ihtiyacı arttırmış ve sektör hızla büyümeye başlamıştır. Yeni malzemelerin geliştirilmesiyle, estetik veya dekoratif özelliklerinden ziyade öncelikle teknik ve performans özelliklerine göre üretilen malzeme ve ürünler olarak tanımlanan teknik tekstiller, çeşitli sanayilerde farklı formlarda kullanılmaktadır. Çok çeşitli sanayileri desteklediği için, gelecek yıllarda sadece teknik tekstil sektöründe yer alan KOBİ'lerin verimliliğini ve sürdürülebilirliğini artırmakla kalmayıp, aynı zamanda Suriyeliler için de istihdam olanaklarını artıracak büyümekte olan bir sektördür.

1.1 ÖZET

Tekstil, Türkiye ekonomisinin yıllar içinde ülke genelindeki GSYİH'nın yaklaşık %7'sini oluşturduğu en büyük ve en iyi performans gösteren endüstriler arasında yer almaktadır. Türkiye aynı zamanda dünya ve Avrupa tekstil/konfeksiyon endüstrisinin sırasıyla 5. ve 3. büyük ihracatçısıdır ve tüm ülke ihracatının %3.9'unu karşılamaktadır.

Sanayi tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin 2000'den bu yana iki kattan fazla artan ihracat değeri ile birlikte hala önemli bir büyüme işareti sunmaktadır. Tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin büyük bir kısmı Almanya, Birleşik Krallık, İspanya ve İtalya olmak üzere pek çok ülkeye ihracatı yapılmaktadır. Türkiye'de yaklaşık 20 bin tekstil üreticisi ve 52 bin giyim eşyası üreticisi vardır ve bunlar yıllık sırasıyla yaklaşık 30 milyar avro ve 22 milyar avro ciro yapmaktadırlar.

Avrupa tekstil sektöründe çalışan tekstil uzmanları kısa bir süre önce, önümüzdeki 10 yıl boyunca sektörü şekillendirecek yenilik trendlerini değerlendirmişlerdir. Uzmanlar, sektörün önümüzdeki yıllarda önemli zorluklar yaşayacağını tahmin etmekle birlikte daha iyi performans gösteren yeni tekstil malzemelerinin kullanımıyla sektörde dijitalleşme, temiz üretim, yüksek teknoloji ile tekstil üretimi ve değer zincirinin yeniden yapılandırılması gerektiğini öngörmektedir. İnşaat, lojistik, enerji, sağlık, spor, tarım, eğlence ve moda gibi sektörlerin yenilikçi tekstil ürünleri için büyük fırsatlar getirmeye devam etmesi beklenmektedir.

Proje ile uzmanlardan oluşan ekip, başlangıçta, tekstil endüstrisi hakkında ayrıntılı bilgi toplamak için hem paydaşlar hem de KOBİ'ler için ayrı ayrı anketler hazırlamıştır. Sonra, uzmanlar endüstriyel bir bakış açısı elde etmek ve her bir bölgede göz önünde bulundurulacak şirketleri belirlemek için literatür taraması yapmışlardır. Daha sonra, bölgelerdeki Ticaret ve Sanayi Odaları, Ticaret Borsaları vb paydaşlar ile görüşülmüş ve ardından Gaziantep'te (5), Adana'da (2), Hatay'da (2), Mersin'de (2) ve Kilis'te (1) KOBİ ile görüşülmüştür. Stratejik yol haritası raporunu hazırlamadan önce, uzmanlar bulguları anlamayı ve analiz etmeyi geliştirmek için masa başı araştırması yapmışlardır.



2

SEKTÖRÜN DURUMU



2.1 TÜRKİYE

2.1.1 SEKTÖREL BAKIŞ - TÜRKİYE

Tekstil ve hazır giyim sektörü elyaf ve ipliği kullanım eşyalarına dönüştürecek süreçleri içeren işlemleri içerir. Bu tanıma göre; sektör elyaf hazırlama, iplik, dokuma, örme, boyama, baskı, terbiye, kesim ve dikiş üretim işlemlerini içerir. Elyaftan ipliğe ve bitmiş kumaşa kadar tekstil sektöründen hazır giyim sektörüne uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Sektörün son kullanım ürünleri genel olarak hazır giyim, hazır ürünler ve teknik tekstil olarak gruplandırılmaktadır. Bu kapsamda çorap, kazak, gömlek, pantolon, takım elbise gibi giysiler; perdeler, yatak örtüleri, halılar ve diğer tekstil yer döşemeleri gibi ev tekstili; ağ, ip, kablo, taşıyıcı tekstil bant, branda, koruyucu kumaş, filtre, paraşüt, fren bezi ve keçe gibi diğer tekstil ürünleri yer almaktadır.

Türk Tekstil Sektörünün Durumu

Gayri Safi Yurtiçi Hasıla(GSYİH) içerisindeki payı, sağlanan istihdam ve yüksek ihracat potansiyeli, tekstil sektörünün ülke ekonomisinin lokomotif sektörü olduğunun göstergesidir. Bu sektör, ülkenin imalat sanayisi üretim değerinin %8,8'ini ve imalat sanayisinde yaratılan katma değerinin %9,9'unu sağlamaktadır.

Tekstil sektörünün şu andaki gelişme seviyesi ABD ve AB pazarlarına ihracata yönelik üretim ile gerçekleştirilmiştir. AB ile 1996 yılında imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması sayesinde, AB pazarına kotalar olmadan ihracat yapmak mümkün olmuştur. 2007'den sonra, Çin pazarının AB pazarı karşısında kota içermeyen ihracata başlaması ile birlikte Türkiye'de fiyat odaklı rekabetten, kalite ve moda / marka odaklı ve katma değer üreterek var olma yolunu seçmiştir.

Son on yılda, ülkemizdeki büyük perakende satış şirketlerinin belli paylarının uluslararası yatırım şirketlerine satılması sonucunda yurtdışında depolama süreci hızlanmıştır. Uluslararası yatırım şirketlerinin Türk şirketlerinde ortak olma isteği, Türk şirketlerinin başarısının izlendiğini de göstermektedir.

Türkiye'de en önemli tekstil üretim merkezlerinden biri de İstanbul'da yer alan Tekstilkent'tir. İstanbul'da tekstil toptan ticareti ve küçük üretim birimlerinin bulunduğu başta Sultanhamam ve Osmanbey piyasaları olmak üzere çeşitli bölgelerde karşı karşıya bulunulan alt yapı yetersizliği, ulaşım ve nakliye güçlükleri, düzensiz yapılaşma, yeterli güvenlik unsurlarından yoksunluk gibi sorunları ortadan kaldırmayı ve tekstil sektörünü çağdaş mekanlara kavuşturmayı hedefleyen Tekstilkent Kooperatifi 1986 yılında kurulmuştur¹.

¹Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayinin Rekabet Edebilirlik Düzeyinin Analizi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl: 7 Sayı: 13 Bahar 2008 s.265-300

Alt Sektörler ve Diğer Sektörler ile Etkileşim

Tekstil ve konfeksiyon birlikte değerlendirildiğinde, elyaftan bitmiş ürüne veya kullanım ürünlerine kadar uzun bir üretim zincirine sahiptir. Her iki sektör de genellikle elyaf, iplik, dokuma, örgü, dokuma olmayan yüzey, boya terbiye ve hazır giyim alt sektörlerinden oluşur.

Tekstil sektörü, pamuk ve yün gibi ihtiyaç duyulan doğal lifler ve sentetik lifler nedeniyle petrokimya endüstrisi nedeniyle tarım ve hayvancılık sektörü ile etkileşime girmektedir. Boya terbiye kimyasalları açısından kimya endüstrisi ile etkileşime giren sektör, hazır giyim aksesuarı endüstrisi ile iç içedir. Ayrıca, bu sektörlerin otomotiv, inşaat, ağır sanayi ve ilaç gibi birçok sektörle teknik ilişkileri vardır.

Toplanma noktasında etkili olan katma değeri yüksek perakende ve mağazacılık ürünleri yer almaktadır. Bu alanların kontrolü, güçlü lojistik sektörü tarafından sağlanmaktadır. Ülkemizin coğrafi konumu nedeniyle sağladığı avantajlar, lojistik sektörünün güçlenmesine de katkıda bulunmaktadır.

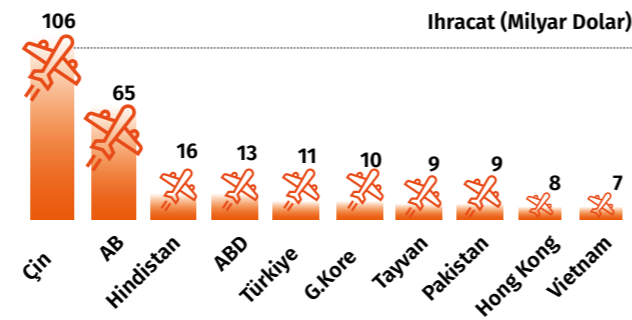
Türk Tekstil Sektörünün İhracatı²

Türkiye tekstil sektörünün ihracat durumu küresel bazda tekstil ihracatı, yıllara göre tekstil ihracatı, bölüm bazında tekstil ihracatı, ülke bazında tekstil ihracatı ve il bazında tekstil ihracatı olmak üzere beş alt başlık altında incelenmiştir:

Dünya Tekstil İhracatında Türkiye'nin Yeri

Türkiye'nin tüm sektörler dahil 142 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiği 2016 yılında, tekstil sektörünün ülkemiz ihracatı içindeki payı %6,9 olmuştur.

Şekil 1. Tekstil İhracatçısı Ülkeler – 2017 Dünya Pazar Payı



Son yirmi yılda hızlı bir büyüme gösteren Çin dünyanın en büyük tekstil üreten ve ihraç eden ülkesidir. 2017 yılında Çin'in tekstil ihracatı, 106 milyar dolar ile küresel pazar payının %37'sine karşılık gelmektedir. Türkiye ise dünya tekstil ihracatı sıralamasında 11 milyar dolar ile %3,9 oranında bir paya sahiptir. Çin, tekstil ve hazır giyim ihracatında birinci sıradadır. Avrupa Birliği (İtalya, Almanya, Fransa, İspanya başta olmak üzere) Hindistan, ABD, Türkiye, Pakistan, Vietnam, gibi ülkeler ilk 10 içerisinde yer almaktadır.

Tekstil ihracatında küresel pazarın yaklaşık %24'ünü karşılayan ve pazar değeri 65 milyar dolar olan Avrupa Birliği, dünyanın en büyük ikinci tekstil ihracatçı bölgesi konumundadır. İtalya, Almanya, İspanya, Fransa ve Hollanda, AB içinde giyim sanayisinde lider ülkelerdir. 2016 yılı itibarıyla AB'de 170 binin üzerinde tekstil ve giyim şirketi bulunmakta olup bunların yaklaşık %70'i giyim firmaları, %30'u tekstil firmaları ve %1 ise elle özel sipariş diken firmalardan

oluşmaktadır.

Hindistan, dünyanın en çok tekstil üretimi yapan ikinci ülkesi konumunda olup 2016 yılında gerçekleştirdiği tekstil ihracatı 16 milyar dolardır. Ülke aynı zamanda dünyanın en önemli pamuk üreticilerindedir. Hindistan'daki pamuk üretimi, 6,4 milyon ton ile Çin'e yaklaşmıştır.

Yıllara Göre Tekstil İhracatı

Aşağıda yer alan tabloda Türkiye ve dünyada tekstil sektörünün yıllara göre gerçekleşen ihracat verileri görülmektedir. Tablo 3 incelendiğinde 2009 yılındaki

küresel krizle azalan tekstil sektörü ihracatının toparlanarak 2014 yılına kadar artış eğilimine girdiği ancak 2015 yılından itibaren az da olsa düşme eğiliminde olduğu görülmektedir.

Sektörün ülke ihracatındaki payı 2008-2016 yılları arasında %7,2- 7,9 arasında birbirine yakın değerlerde iken 2017 yılında önemli bir düşüş ile %6,4'e gerilemiştir. Dünya tekstil ihracatı açısından bakıldığında ülkemiz tekstil ihracatı 2017 yılına kadar %3,2-3,9 arasında yatay bir seyir izlerken 2017 yılında ise %4,1'e yükselmiştir.

Tablo 1. Yıllara Göre Tekstil İhracatı

Yıl	Türkiye Tekstil İhracatı	Türkiye Toplam İhracatı	İhracat payı/ Türkiye (%)	Dünya Tekstil İhracatı	İhracat Payı/Dünya (%)
2005	7	73,5	9,6	215,4	3,2
2006	7,6	85,5	8,9	230	3,3
2007	9,01	107,3	8,4	249,6	3,6
2008	9,6	132,0	7,3	259,6	3,7
2009	7,6	102,1	7,4	219,2	3,5
2010	8,8	113,9	7,7	260,3	3,4
2011	10,6	134,9	7,9	302,9	3,5
2012	10,9	152,5	7,2	292,6	3,7
2013	12,0	151,8	7,9	315,8	3,8
2014	12,5	157,6	7,9	323,4	3,9
2015	11,0	143,8	7,6	290,5	3,8
2016	10,9	142,5	7,6	284,0	3,8
2017	10,1	157,0	6,4	246,0	4,1

Ülkeler Bazında Tekstil İhracatı

Aşağıda yer alan tabloda tekstil ihracatında ilk on sırayı alan ülkelerin son durumu verilmiştir. Ülke bazında incelendiğinde, Ocak-Aralık 2017 döneminde Türkiye'den en fazla tekstil ve hammaddeleri ihraç edilen ülkeler, Almanya, İtalya, Bulgaristan, ABD, İran, İngiltere, İspanya, Hollanda, Polonya ve Romanya olarak sıralanmakta olup çoğu AB ülkesidir. 2016-2017 yıllarında tekstil sektörü ihracatının yaklaşık %50'si bu ülkelere yapılmıştır.

2016 yılına göre 2017 yılı için yıllık değişim oranları dikkate alındığında en fazla ihracat yapılan ilk on

ülke bazında İspanya ve Romanya hariç ihracatta %1,2 ile %4,6 arasında değişen oranlarda artış görülmektedir. En fazla artış İtalya'ya, en az artış ise Hollanda'ya gerçekleşmiştir.

İspanya'ya yapılan ihracat %1,8 oranında düşerken Hollanda'ya yapılan ihracat 6,9 oranı oldukça yüksek bir düşüş göstermiştir. 2017 yılında Bulgaristan en çok tekstil ihracatı yaptığımız AB ülkeleri arasında Fransa ve İspanya'yı da geçerek 3.sıraya yerleşmiştir. Son yıllarda Türkiye'nin tekstil ihracat artışında öne çıkan diğer ülkeler ise Polonya, Kırgızistan, Ürdün, Çek Cumhuriyeti, Azerbaycan, Tunus'tur.

Tablo 2. İlk 10 Ülke Bazında 2016-2017 Tekstil İhracatı

Ülkeler	2016 Yılı İhracat (Milyon ABD Doları)	2016 Tekstil Payı (%)	Exports in 2017 (USD Million)	2017 Yılı İhracat (Milyon ABD Doları)	Değişim (2016-2017) (%)
Almanya	832	8,5	867	8,6	4,2
İtalya	828	8,4	866	8,6	4,6
Bulgaristan	629	6,4	652	6,4	3,7
ABD	557	5,7	582	5,8	4,4
İran	460	4,7	470	4,6	2
İngiltere	391	4,00	405	4	3,6
İspanya	334	3,4	328	3,2	-1,8
Hollanda	315	3,2	318	3,1	1,2
Polonya	309	3,1	318	3,1	2,8
Romanya	303	3,1	282	2,8	-6,9
İlk 10 Ülke Toplamı	4957	50,5	5087	50,3	2,6
Toplam Tekstil İhracatı	9820		10113		3

İller Bazında Tekstil İhracatı (Türkiye)

İllere göre ihracat incelendiğinde ilk 10 sırayı alan illerin tekstil ihracatı aşağıda yer alan tablo verilmiştir. Tekstil ihracatında ilk üç sırayı İstanbul, Gaziantep ve Bursa almaktadır. Bu üç il Türkiye tekstil ihracatının yaklaşık %78'ini karşılamaktadır. Kahramanmaraş, Adana, Kayseri, Denizli, İzmir, Tekirdağ ve Uşak illeri ise yaklaşık %1 ile %6 arasında değişen oranlarda ihracata katkı sağlayan ilk on ilin içinde yer almaktadırlar.

Tablo 3.İller Bazında 2016-2017 Yılı Tekstil İhracat Verileri

İller	2016 Yılı İhracat (Milyon ABD Doları)	2017 Yılı İhracat (Milyon ABD Doları)	Değişim (%)	İhracat Payı (%)
İstanbul	3.939,0	4.045,8	2,7	40,01
Gaziantep	2.598,1	2.854,8	9,9	28,23
Bursa	974,2	1.023,2	5,0	10,12
Kahramanmaraş	605,0	609,8	0,8	6,03
Adana	334,6	305,3	-8,8	3,02
Kayseri	303,2	287,6	-5,1	2,84
Denizli	274,1	286,7	4,6	2,84
İzmir	151,2	183,2	21,2	1,81
Tekirdağ	106,8	130,9	22,6	1,29
Uşak	122,4	125,0	2,1	1,24
İlk 10 İl Toplamı	9.408,6	9.852,4	55,1	97,42
Total	9.82	10.113	2,9	100

Tekstil Sektörünün Geleceği: Teknik Tekstil Tekstil endüstrisinin yapısı incelendiğinde, teknolojik gelişme ve ar-ge faaliyetlerinin hazır giyim sektöründen daha önemli olduğu görülmektedir. Sektördeki gelişmeler incelendiğinde, düşük teknolojiyle üretilen ürünlerin, yeni ürünlere ve yenilikçi teknolojiye sahip yeni süreçlere dönüşüm sürecinde hızla ilerlediği bir eğilim gözlemlenmektedir. Küresel teknik tekstil ticaretine bakıldığında, teknik tekstil pazarının büyüdüğü ve önemli boyutlara ulaştığı görülmektedir.

Teknik tekstil sektörü, son yıllarda büyüme ile tekstil ve konfeksiyon sektörünün önemli bir bölümünü oluşturmaya başlamıştır. Sektör, tekstil endüstrisinin en umut verici ve dinamik alanı olarak görülmektedir. Bu alanda yeni ürünler, yeni süreçler ve yeni malzemeler üretilmekte ve gün geçtikçe pazara sunulmaktadır. Teknik tekstiller, yeni ürünlerin keşfi, yeni ihtiyaçların karşılanması ve geleneksel ürünlerin ve malzemelerin yerine kullanılması nedeniyle büyük potansiyel sunmaktadır. Bu pazarın hem toplamda hem de kullanım alanlarında geleneksel tekstil ürünlerinden daha fazla büyümesi beklenmektedir.

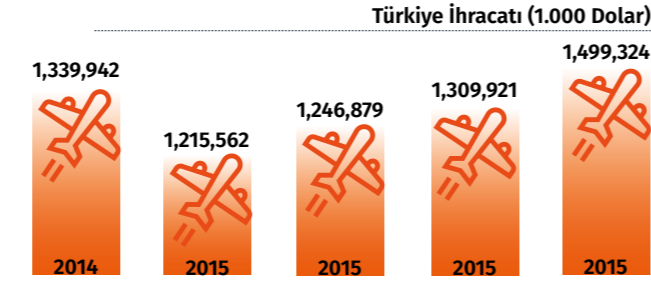
Teknik tekstiller son kullanım alanlarına göre sınıflandırıldığında, 12 ana gruba ayrılmıştır. Bu grupları kullanım alanları ve ürünler bazında inceleyecek olursak, aşağıdaki gibi listelenmektedir. Tarım Teknik Tekstilleri (Agrotech), Bina ve İnşaat Sektörü Teknik Tekstilleri (Buildtech), Giyim Teknik Tekstilleri, Jeotekstiller (Geotech), Ev Teknik Tekstilleri (Homotech), Endüstriyel Tekstiller (Indutech), Hijyen ve Tıbbi Tekstiller (Medtech), Taşımacılık Tekstilleri (Mobiltech), Taşımacılık Tekstilleri (Mobiltech), Ambalaj Tekstilleri (Pachtech), Koruyucu Elbiseler (Protech), Spor ve Boş zaman Tekstilleri (Sportech) ve Ekolojik ve Çevre Teknik Tekstilleri (Ecotech) şeklinde tanımlanmaktadır.

Türkiye'nin Teknik Tekstil Dış Ticareti

Teknik tekstillere yapılan yatırımlar, Türkiye'de son yıllarda katlanarak büyümektedir. Teknik tekstiller alanındaki birçok firma, uluslararası pazarda önemli bir rol oynayarak küresel başarılarını kanıtlamaktadır. Dünya pazarlarındaki gelişmelere paralel olarak, Türkiye'de teknik tekstil üretimi ve ürün çeşitliliği giderek artmaktadır. Türkiye'de en büyük üretimi yapan teknik tekstil alt grupları, otomotiv tekstilleri,

temizlik / kozmetik / hijyen endüstrilerinde kullanılan tekstiller ve ambalaj tekstilleridir. Ülkemizin teknik tekstil ürünleri ihracatı 2014 ve 2018 yılları arasında kademeli olarak 1,3 milyar ABD dolarından 1,5 milyar ABD dolarına çıkmıştır.

Şekil 2. Teknik Tekstil İhracatının Gelişimi



Teknik tekstil ürünlerinin 2014 ve 2018 yılları arasındaki toplam ihracat miktarları yukarıdaki tabloda, ülkelere yapılan ihracat miktarları ise aşağıdaki tabloda detaylandırılmıştır.

Tablo 4. Ülkeler Bazında Türkiye Teknik Tekstil İhracatı (İlk 20 Ülke) (1.000 Dolar)

#	Ülke	İhracat (1.000 Dolar)
1	Almanya	437.012
2	Fransa	280.909
3	İtalya	250.086
4	ABD	217.065
5	İran	185.182
6	İngiltere	189.346
7	İspanya	158.572
8	İsrail	123.07
9	Polonya	130.631
10	Mısır	155.534
11	Hollanda	129.168
12	Irak	91.405
13	Romanya	115.483
14	Cezayir	81.805
15	Serbest Bölgeler	83.583
16	Sırbistan	83.89
17	Bulgaristan	75.974
18	Çekya	76.58
19	Fas	61.103
20	Çin	43.488

Tablo 5. Ülke Bazında Türkiye Teknik Tekstil İthalatı

ÜLKELER	2014	2015	2016
Çin	487.02	469.704	512.811
Bangladeş	12.148	83.19	146.021
Almanya	155.679	145.779	134.61
İtalya	142.099	123.174	131.412
Hindistan	74.506	86.155	74.493
Fransa	62.214	59.424	67.333
ABD	35.2	39.248	44.922
Mısır	55.299	48.581	42.272
Çekya	37.751	32.597	33.288
İngiltere	34.318	31.583	31.737
Polonya	21.34	22.706	31.594
Kore	45.039	31.524	28.447
İspanya	29.436	20.665	19.258
Vietnam	8.681	12.687	16.689
Tayland	9.179	14.681	14.499
Serbest Bölgeler	4.631	16.468	13.612
Hollanda	15.301	16.846	13.293
Norveç	1.709	5.849	12.443
İsrail	16.26	14.272	11.284
İsviçre	10.007	10.336	9.053
Dünya	1.456.487	1.485.969	1.594.215

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, 2016 yılında Türkiye'nin değer bazında en fazla teknik tekstil ithalatı gerçekleştirdiği ülkeler Çin, Bangladeş, Almanya, İtalya ve Hindistan olmuştur. Çin'den 2016 yılında teknik tekstil ithalatı 2014 yılında 487 milyon dolar, 2015 yılında 469,7 milyon dolar ve 2016 yılında 512,8 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu bilgiler ışığında, Türk Tekstil Sektörünün vizyonu için; katma değeri yüksek, yenilikçi, rekabetçi ve teknoloji içeren akıllı (interaktif) teknik tekstil ürünleri ile dünya ticaretindeki payını arttırmaya çalışılması gerekmektedir.

2.2 BÖLGESEL VE KÜRESEL PAZARLARA BAKIŞ VE SON TRENDLER

Global teknik tekstil pazarının 2017 yılında 234.715 milyon ABD doları olduğu ve 2025 yılına kadar %4.5'lik, 2018'den 2025'e k 334.938 milyon ABD Doları'na ulaşacağı öngörülmektedir.

³4. Tekstil ve Hazırgiyim Sanayi Devrimi'ne Doğru, Avrupa Tekstil ve Hazırgiyim Endüstrisi için Stratejik Yenilik ve Araştırma Gündemi, Tekstil ve Hazır Giyim Geleceği için Avrupa Teknoloji Platformu, Ekim 2016

⁴Teknik Tekstil Sektörüne İlişkin Güncel Bilgiler, İTKİB, March 2015

Küresel teknik tekstil endüstrisi, uygulamalar, teknolojiler, yenilik ve performans açısından sürekli değişmektedir. Ürün yenilikleri ve gelişmelerinin yanı sıra, yeni uygulamalar ve son kullanıcı endüstrilerinin büyümesiyle teknik tekstillere olan talep de artmaktadır. Teknik tekstillere olan talebin büyük bir kısmı otomotiv, spor malzemeleri ve spor kıyafetleri, çevre koruma, inşaat, sağlık, paketleme, giyim, tarım vb. gibi çeşitli son kullanım endüstrilerinden gelmektedir.³

Yaygın olarak kabul edilen teknik tekstil sektörü, Tarım Teknik Tekstilleri (Agrotech), Bina ve İnşaat Sektörü Teknik Tekstilleri (Buildtech), Giyim Teknik Tekstilleri, Jeotekstiller (Geotech), Ev Teknik Tekstilleri (Homotech), Endüstriyel Tekstiller (Indutech), Hijyen ve Tıbbi Tekstiller (Medtech), Taşımacılık Tekstilleri (Mobiltech), Taşımacılık Tekstilleri (Mobiltech), Ambalaj Tekstilleri (Pachtech), Koruyucu Elbiseler (Protech), Spor ve Boş zaman Tekstilleri (Sportech) ve Ekolojik ve Çevre Teknik Tekstilleri (Ecotech) olmak üzere 12 ana bölüme ayrılmıştır. Küresel teknik tekstil pazarı ABD ve AB gibi gelişmiş bölgeler tarafından yönetilirken, Çin, Hindistan gibi gelişmekte olan pazarlar yüksek büyüme potansiyeli göstermektedir.⁴

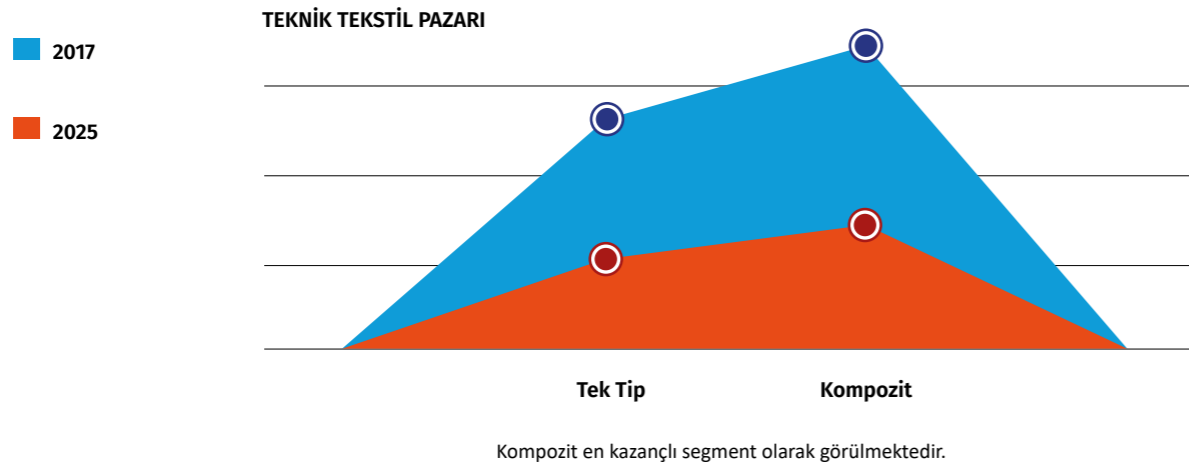
Küresel teknik tekstil endüstrisi, yeniliklere ve yeni ürünlere yol açan büyük ar-ge yatırımlarıyla karakterize bir endüstridir. Teknik tekstillerin son ürününün üretimi ve tüketimi bakımından istikrarlı bir büyüme kaydedilmiştir. Teknik tekstil ürünleri, bükülmemiş elyaflar, iplik ve kumaşlar şeklinde tüketilir, teknik tekstillerin son kullanımının büyük bir kısmı kumaş şeklinde tüketilmektedir. Giyilebilir tekstiller, ambalaj tekstilleri ve tarım teknik tekstilleri, küresel teknik tekstil pazarındaki en büyük paya sahiptir. Yatırım potansiyeli açısından dokumasız, kompozitler, elyaf ve hijyen ve tıbbi teknik tekstiller segmentleri sektördeki yatırımların yaklaşık %75'ini oluşturmaktadır. Ayrıca, otomobil endüstrisindeki hızlı büyümenin ve jeotekstillerin artan bir şekilde kabul edilmesinin taşımacılık tekstilleri ve jeotekstiller segmentlerinin büyümesini de artırması beklenmektedir.

ABD, sırasıyla %22, %13 ve %7 pay ile Batı Avrupa, Çin ve Japonya'dan %23 pay alan teknik tekstil ürünlerinin tüketiminde en büyük pazardır. Dünyanın geri kalanı teknik tekstil tüketiminde %35'lik paya sahiptir. Asya Pasifik ve Latin Amerika gibi gelişmekte olan bölgelerin, teknik tekstillerin birçok bölümünde hızlı büyüme gerçekleştirildiği tahmin edilmektedir. Çin, Hindistan ve Brezilya gibi ülkelerin kendi bölgesel pazarlarına liderlik etmeleri ve teknik tekstil pazarında canlı büyümeyle tanınması beklenmektedir.⁵

Teknik tekstil tüketim pazarı arttıkça, birçok ülke bu gelişmiş tekstil ürünlerini çoğunlukla ABD'den ithal ederek talepleri karşılamaktadır. ABD şirketleri için başlıca ihracat pazarları Vietnam, Hindistan, Tayvan ve Brezilya'dır. Kore ve Tayvan da yenilikçiliğe odaklanarak ABD'ye güçlü bir rakip olarak karşımıza çıkmaktadır.

Teknik tekstiller, otomobil, inşaat ve diğerleri gibi birçok son kullanım endüstrisinde uygulamalar bulan fonksiyonel kumaşlardır. Bu malzemeler geleneksel tekstillere kıyasla gelişmiş performans sergilerler. Teknik tekstil malzemeleri saran, vinalon, vinyon, spandex, modal, twaron, kevlar, nomex ve diğerleri gibi birkaç doğal ve sentetik elyaf içerir. Bu liflerin çoğu, yüksek mukavemet, gelişmiş mekanik direnç, üstün yalıtım, yüksek mukavemet ve yüksek ısı direnç gibi özellikleri nedeniyle birçok uygulamaya

Şekil 3. Teknik Tekstil Pazarı (Materyale Göre)



⁵ Sektör Raporları, Teknik Tekstiller Sektörü, T.C. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Tekstil ve Konfeksiyon Daire Başkanlığı 2016

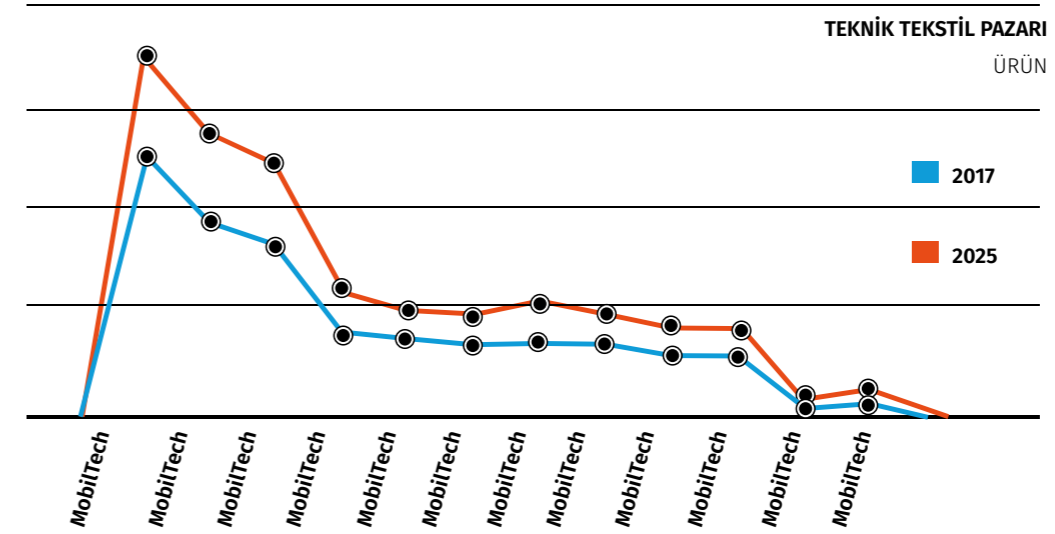
sahiptir. Bu uygulamalar için kullanılan sentetik lifler doğal liflerden üretilir. Bu süreçte, teknik liflerin fiziksel özelliklerini elde etmek için doğal liflere özel malzemelerle işlem yapılır. Bu elyaflar, insan yapımı elyaflara kıyasla arttırılmış bir güce sahiptir ve bu nedenle, yalnızca giysilerin imalatında değil, otomotiv, tıbbi ve diğerleri gibi çeşitli uygulamalarda da yaygın olarak kullanılmaktadır.

Gelişen ekonomilerden jeotekstil talebindeki artış ve dokumasız teknik kumaşlara tercih edilmedeki artış, küresel teknik tekstil pazarının büyümesini tetikleyen önemli faktörlerdir. Ayrıca, inşaat tekstillerine olan talebin artması ve teknik tekstillerin kullanımını teşvik etmek için hükümet girişimlerinin artması, bu ürünlere olan talebi artırmış ve böylece teknik tekstil endüstrisi büyümesini artırmıştır. Bununla birlikte, yüksek hammadde ve mamul maliyetlerinin ve bu malzemelerin üretimi sırasında toksik atık üretimindeki artışın küresel pazarın büyümesini engellemesi beklenmektedir. Aksine, teknik tekstillerin geri dönüştürülebilirliğinin iyileştirilmesinin gelecekteki pazar fırsatları yaratmada kilit bir rol oynaması beklenmektedir.

Global teknik tekstil pazarındaki başlıca oyuncular arasında DowDuPont, Ahlstrom Corporation, Johns Manville, GSE Çevre A.Ş., Royal Ten Cate, Freudenberg & Co., Procter ve Gamble, 3M, Huesker Synthetic GmbH ve Hindustan Hindoostan Mills bulunmaktadır. Ahlstrom Corporation, teknik tekstil pazarındaki işini genişletmek için Kasım 2016'da Munksjo'yu satın almıştır.

Kompozit segmentin 2017'de baskın bir pozisyonda tutulduğu ve tahmin döneminde liderliği sürdürmeye devam etmesi beklenmektedir. Denizcilik endüstrisindeki cam elyaf talebini kolaylaştıracak ve endüstriyel ve inşaat sektörlerinde güçlendirilmiş kompozitlere olan talebin artmasını sağlayacak gelişmelerin yakın gelecekte kompozitlere olan talebi arttırması öngörülmektedir. Havacılık ve uzay endüstrisinde kompozit kullanımındaki artışın pazar büyümesini arttırması beklenmektedir.

Şekil 4. Teknik Tekstil Pazarı (Ürüne Göre)



Taşımacılık Tekstilleri (MobilTech) en kazançlı segment olarak görülmektedir.

Şekil 5. Teknik Tekstil Pazarı (Bölgelere Göre) Avrupa teknik



tekstil pazarının, 2018'den 2025'e kadar hızlı büyüme göstereceği ve bu tekstillerin Endüstriyel tekstiller (InduTech), taşımacılık tekstilleri (MobilTech), OekoTech ve Avrupa'daki teknik tekstillerin diğer son kullanım uygulamalarında yaygın olarak kullanıldığı gerçeği tahmin edilmektedir. Ayrıca, medikal, endüstriyel, ev tekstili ve otomotiv sektörlerinde teknik tekstillerin kullanılmasındaki artış Avrupa pazarının büyümesini önemli ölçüde artırmaktadır. Ayrıca, bu tekstillerin giyim ve inşaat gibi çeşitli segmentlerde ortaya çıkan uygulamaları pazar büyümesini artırmaktadır.

Tekstil Ürünlerinde Yeni Uygulamalar

Genel ekonomi üzerindeki azalma yönlü baskı nedeniyle, teknik tekstil endüstrisinde talep görünümü daha karmaşık bir hal almaktadır. Özellikle, inşaat altyapısı, çevre koruma ve sağlık hizmetlerine yönelik pazar talebi yüksek bir büyümeyi sürdürmeye devam etmektedir. Bununla birlikte, örneğin suni deri kumaş, ulaştırma tekstili, lastik kord bezi vb. gibi yavaş bir büyüme veya hatta düşüş gösteren alanlar vardır.

Çin Ulusal İstatistik Kurumu'na göre, 12. Beş Yıllık Plan (2011-2015) sürecinde non-woven kumaş üretimi yıllık ortalama %22.58 ve toplamda %177 artış göstermiştir. Çin, non-woven üretim konusunda gösterdiği gelişme ile, bölgesel gelişim ve üretimde aktif bir rol oynamaktadır. Shangdong, Zhejiang'ı aşarak, Çin'deki en büyük non-woven üretim bölgesi haline gelmiştir. Çin'deki uygulamalar, ülkedeki toplam üretimin %20'sini oluşturan inşaat mühendisliği ve mimarlık alanlarına yoğunlaşmıştır. Hızlı büyüme oranı korunmuş ve 2015 yılında sektör %32.66 oranında büyüme gerçekleştirmiştir.

Hindistan Tekstil Sektörü

Dünyada kullanılan tekstil ürünlerinin çeyreğinden fazlası teknik tekstil ürünleridir. Bazı gelişmiş ülkelerde teknik tekstillerde fabrika tüketiminin

%40'ından fazlası elyaf olmaktadır. Hindistan dünyanın önde gelen teknik tekstil üreticilerinden biridir; endüstri, tüm teknik tekstil pazarının ortalama %30'unu oluşturmaktadır. Doğu Avrupa ve Asya ülkelerinde, diğer ülkelerle orantılı büyüme tahmin edilmektedir. Hazır giyim için teknik tekstillere talebin yaklaşık iki katına çıkacağı düşünülmektedir.

Son kullanıcı endüstrilerinin gelişimi ile beraber, Hindistan'da teknik tekstil sektörü büyümeye devam etmektedir. Teknik tekstil ürünleri Hindistan'ın GSMH'sının %0.75'ini oluşturmakta ve Hint tekstil pazarının %12'sini temsil etmektedir. %42 pazar payı ile Packtech en büyük segment olurken, Indutech, Mobiltech ve Home tech %11,%10 ve %10 oranları ile takip etmektedir. Büyüme bağlamında, Geotech'in %30 CAGR oranı ile en hızlı büyümeyi gerçekleştireceği beklenmektedir.

Teknik tekstil sayılan 51 farklı yüksek büyüme potansiyeli olan ürün, 2015-16 döneminde tüm endüstrinin %25'ini oluşturmuştur.

2.3 GÖRÜŞMELERDEN ÇIKARILAN SONUÇLAR

Uzmanlar, anket, yüz yüze görüşme gibi teknikler ile bölgede bulunan işletmelerin temsilcileri ve yöneticileri ile gerekli verileri/ bilgileri toplamak üzere görüşmeler gerçekleştirmiştir. Bu görüşmeler sırasında mevcut verilerin incelenmesi sağlanmış, rapora veri oluşturabilecek bilgiler alınmış ve bu raporun taslağının hazırlanmasında kullanılmıştır.

İKİ GÜNLÜK ÇALIŞTAY SONUNDA ELDE EDİLEN BULGULAR

Katılımcı Firmalar tarafından gündeme getirilen geliştirilmesi / çözülmesi gereken sorunlar;

- ☐ Tecrübeli personel yetersizliği
- ☐ Yetersiz demiryolu ulaşım ağı

- ☐ Kar marjında aşağı yönlü kayma Türkiye'nin politik durumu
- ☐ Teknik tekstil alanında ar-ge çalışmalarının yetersizliği
- ☐ Kurumsallaşamama
- ☐ Çalışanların eğitim düzeyinin yetersiz olması
- ☐ Teknolojik alt yapıda rekabet üstünlüğünün yetersiz olması
- ☐ Rekabet stratejilerinin yetersiz olması
- ☐ Verimlilik artırma projelerinin yetersizliği
- ☐ Yenilikçilik ve yaratıcılık bilincinin yetersizliği
- ☐ Üniversite-sanayi işbirliği yetersizliği
- ☐ Sığınmacıların işteki performansından duyulan memnuniyetsizlik
- ☐ Sığınmacıların Türkçe dil becerilerinin yetersiz olması
- ☐ Firmaların sığınmacılara verilen desteklerden haberdar olmaması

Katılımcı Firmalar tarafından gündeme getirilen çözülmesi gereken tehditler;

- ☐ İşsizlik oranının artması - işsizlik maaşı için işten ayrılma
- ☐ Sığınmacılar hakkında artan bilgi kirliliği
- ☐ İklim değişikliği ile mevcut ürünlere olan talebin azalması
- ☐ Geçici koruma altındaki Suriyelilerin ülkelerine geri dönüşü - nitelikli insan kaynakları kaybı
- ☐ Mesleki eğitim kurumlarının kapatılması (üniversite - teknik lise)
- ☐ Hammadde arzındaki düşüş nedeniyle fiyat artışı

- ☐ Lojistik / Artan nakliye maliyetleri (benzin fiyatları)
- ☐ Trendlerin gerisinde kalınması
- ☐ Yüksek işgücü maliyeti (sigorta maliyetleri)
- ☐ Teknolojinin gerisinde kalınması
- ☐ İşe alım sistemi ve standart eksikliği
- ☐ Yönetimin eğitimin gereksiz olduğu görüşünden kaynaklanan rekabet eksikliği

Katılımcı Firmalar tarafından gündeme getirilen ve uygulanması gereken fırsatlar

- ☐ Sığınmacıların ürettiği ürünlerle markalaşma
- ☐ Hedef pazara yakınlık
- ☐ Genç bir işgücüne sahip olmak
- ☐ Sığınmacıların Suriye, Suriye diasporası ve Körfez Ülkeleri ile bağlantıları
- ☐ Nitelikli sığınmacılar
- ☐ Erişilebilirlik (lojistik merkezi)
- ☐ Adaptasyon hızı (talebe hızlı cevap)
- ☐ Bölgedeki teşviklerin varlığı

2.4 KİLİT BULGULARIN ÖZETİ

Durum Analizlerinden Temel Bulgular

- ☐ Ziyaret edilen firmaların tamamı kurumsal firma olarak faaliyet göstermektedir.
- ☐ Ziyaret edilen şirketlerin yaklaşık yarısı Gaziantep'te faaliyet göstermektedir
- ☐ Ziyaret edilen şirketlerin çoğu ulusal ve uluslararası satışlar yapmaktadır. Yerel ve bölgesel satışların payı nispeten düşüktür.
- ☐ Şirketlerin müşterilerinin çoğu toptancı ve perakendecidir.

- E** Tüm şirketlerin yıllık cirosu 8 milyon TL ve üzerindedir.
- E** Ziyaret edilen firmaların ihracatının çoğu doğrudan tüketiciye aittir.
- E** İhracatta firmaların en büyük sorunu yüksek girdi maliyetleri olarak ön plana çıkmaktadır.
- E** Şirketlerin hedeflerinin en büyük payı satışların artması olarak görülmektedir.
- E** Şirketlerin yarısından fazlasında, kendisini diğer rakiplerden ayıran bir ürün bulunmaktadır.
- E** Şirketlerde alınan kararların çoğu yönetim kurulu ve / veya mal sahibi tarafından alınmaktadır.
- E** Firmaların yarısı rakiplerini uluslararası rakipler olarak tanımlarken, diğer yarısı onları ulusal, bölgesel veya yerel rakipler olarak tanımlamaktadır.

İnsan Kaynakları Analizinden Temel Bulgular

- E** İşletmelerdeki toplam çalışan sayısı 51-250 arasında olmasına rağmen, çalışanların yarısından azı üniversite mezunudur. Ayrıca yabancı dil konuşan çalışan sayısı ve mühendis şirketlerin çoğunda çok düşüktür.
- E** Genel olarak üretim, insan kaynakları, yönetim ve pazarlama gibi bölüm yapıları oluşturulmuştur.
- E** Şirketler genellikle nitelikli insan kaynağına erişimde zorluk çekse de, bu zorluk özellikle üretim, satış ve pazarlama bölümlerinde yaşanmaktadır.
- E** Firmaların çoğunda çalışan mültecilerin oranı% 5'in altındadır. Ayrıca az sayıda kadın mülteci firmalarda çalışmaktadır.
- E** Şirketler genel işe alım sürecinde mültecilere kişiler aracılığı ile ulaşmaktadır.

- E** Şirketlerin çoğu mülteci alımı için gereken belge ve yöntemler hakkında çok az bilgi sahibidir.
- E** Şirketlerin yarısından fazlası gelecek 12 ay boyunca mülteci işe almayı planlamamaktadır.

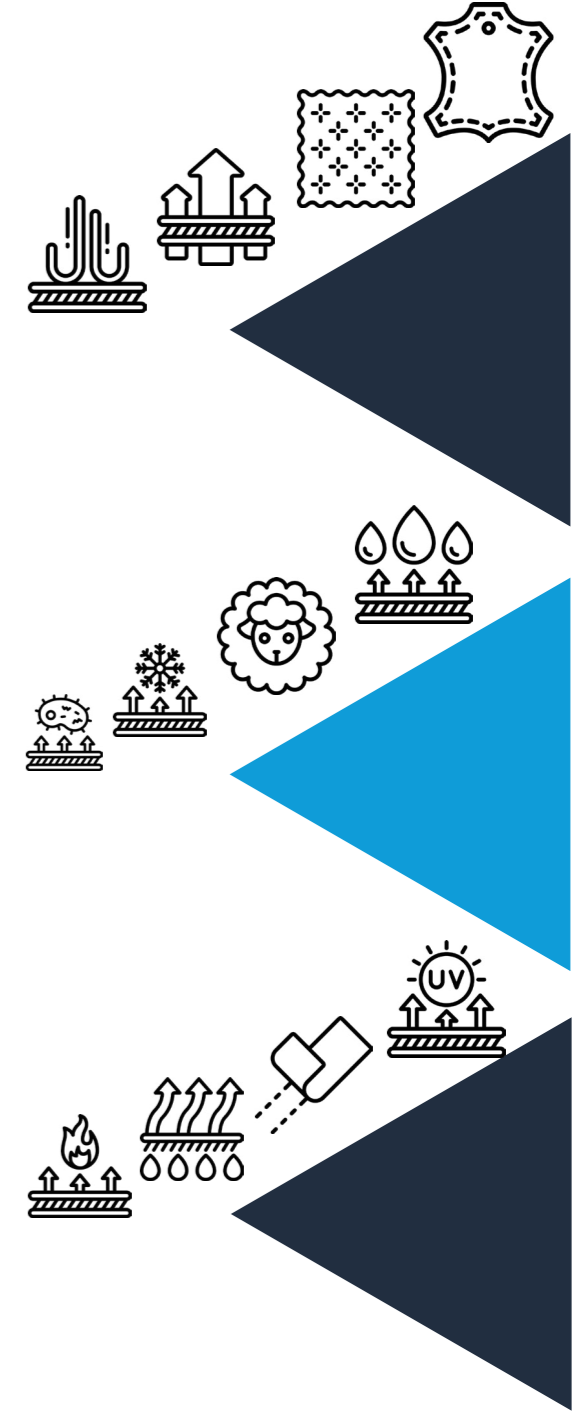
Operasyonel Kapasite ve Teknolojik Performanstan Kilit Bulgular

- E** Şirketlerin çoğu için, uluslararası rakipler olarak rekabet edebilirliklerinin önündeki en büyük engeldir. Uluslararası rakipleri üretimde, kamu sübvansiyonlarında ve düzenlemelerde verimlilik takip etmektedir.
- E** Küresel rekabette şirketler için en büyük engel dağıtım kanallarına erişimde zorluk olarak görülmektedir. Bu engeli üretim ve teknolojiye eksiklikler takip etmektedir.
- E** İşletmelerin en güçlü alanlarını üretim ve satış pazarlaması olarak belirlemektedirler.
- E** Yalın üretim tekniklerini kullanan şirketlerin seviyesi oldukça düşüktür.
- E** İşletmelerin ürün kalitesi genellikle orta ve üst seviyededir. Firmalar operasyonel rekabet avantajlarını teslim süresi, hızlı üretim yapabilir olmak ve kolay adaptasyon olarak belirtmişlerdir.
- E** Her ne kadar şirketlerin operasyonel süreçlerinde en büyük engel ülke riski gibi gözükse de, bunu bölgesel riskler, maliyet odaklı talepler ve sektördeki inovasyon eksikliği olarak tanımlamaktadırlar.
- E** Şirketler kendilerini Orta Doğu ve Avrupa Birliği pazarlarında daha rekabetçi olarak tanımlamaktadır. Şirketler teknoloji seviyelerini ulusal ve uluslararası düzeyde rekabetçi olarak belirtmektedirler.
- E** Firmaların yıllık bütçelerinden Ar-Ge'ye tahsis edilen pay % 10-20 arasındadır.levels when evaluated in terms of innovation •

- E** Firmaların inovasyon yeterlilikleri açısından değerlendirildiğinde, çoğunun bölgesel ve ulusal anlamda yeterli veya daha rekabetçi olarak görüldüğü, ancak uluslararası rekabet açısından değerlendirildiğinde gelişme alanları olduğu görülmektedir.

Değer Zinciri Analizlerinden Temel Bulgular

- E** Şirketlerin çoğu üretici olarak değer zincirine dahil edilmiştir.
- E** Firmalar, inovasyon yeterliliğinin düşük olduğunu ve girdi maliyetlerinin yüksek olduğunu belirtmektedir.
- E** Ar-ge eksikliği ve ekonomik problemler sektörün karşılaştığı en büyük zorluk olarak öne çıkmaktadır.
- E** Şirketlerin rakipleri uluslararası alanda Çin ve İtalya olarak belirtilirken, ulusal çapta faaliyet gösteren diğer rakiplerden de bahsedilmektedir.
- E** Her ne kadar tüm firmaların girdileri ithalata bağımlı olsa da, görüşme yapılan şirketler alternatif tedarikçi bulmakta zorluk çekmeyeceklerini belirtmektedir.
- E** Şirketlerin altyapı sorunları arasında ulaşım, enerji ve depolama alanları ön plana çıkmaktadır.
- E** Şirketlerin çoğu ISO gibi kalite sertifikalarına sahiptir.
- E** Şirketlerin çoğu ar-ge faaliyetleri yürütmekle birlikte, bu faaliyetler şirket içinde yürütülmektedir.





3

ÇAPRAZ STRATEJİLER



3.1 GELİŞİM İHTİYAÇLARI VE HEDEFLERİ

Uluslararası Tekstil ve Konfeksiyon Sözleşmesinin kaldırılması, uluslararası tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin ticareti için kotasız bir ortam yaratmıştır. Bununla birlikte, tekstil endüstrisinde uluslararası ticaretin serbestleşmesi her zaman son derece tartışmalı bir konu olmuştur, çünkü hem tekstil hem de giyim, gelişmekte olan ülkelerde ve gelişmiş ülkelerde istihdama katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla, bu tür malların tamamen serbestleşmiş ticaretinde geçici olarak tamamen veya kısmen bozulmalar olmuştur. Bu rahatsızlıklara rağmen, uluslararası giyim ürünleri ticareti son yirmi yılda üç kat artmıştır; tekstil ürünlerinin ise iki katına çıkmıştır. Bu endüstrinin daha da uluslararasılaşarak ilerlemesi için geliştirilecek bazı alanlar vardır.

Pazarlama Olanakları ve Markalaşma

Türk tekstil endüstrisinde büyük ölçekli işletmelerden küçük ölçekli işletmelere kadar bir çok şirket faaliyet göstermektedir ancak sektördeki şirketlerin çoğu küçük ve orta ölçekli şirketlerdendir. KOBİ'ler genellikle sadece yerel ve ulusal pazardaki satışlara odaklanmaktadır. KOBİ'lerin uluslararası pazar hakkında az bilgi sahibi olmalarından dolayı uluslararası pazara odaklanmak için iyi operasyonlar gösteren bölümler kurmaları zor olmaktadır. Bununla birlikte, rekabet avantajı, küresel pazara katılma gücü vermektedir.

Tüm bunlar, küresel pazara girme gücü kazanmak ve rekabetçi eylemleri ortaya koymak için kısa, orta ve uzun vadede şirketlerin stratejisiyle ilgilidir. Genellikle dış kaynak araçlarından ve danışmanlık faaliyetlerinden destek almadan ihracat yapmakta başarılı olmamaktadırlar. Uluslararasılaşmaya yatırım yapan şirketler, küresel pazarda daha avantajlıdır.

KOBİ'lerin kamu kurumlarından daha fazla destek almaya ihtiyacı vardır. Kamu kurumlarından sağlanan destekler, Türk tekstil endüstrisi için çok önemli olduğu için KOBİ'lerin dünya pazarına katılmalarında daha etkilidir. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri devlet destekli sanayi için önemli bir adım olmuştur. Bu adımlar, esas olarak Türk firmalarının dış ticarete uzmanlaşmaları ve küresel pazarda aktif ve etkili olmaları için atılmıştır. Tekstil ve hazır giyim endüstrilerinin küresel pazarda yeni ve daha etkili bir pazarlama stratejisi izlemeleri önemlidir.

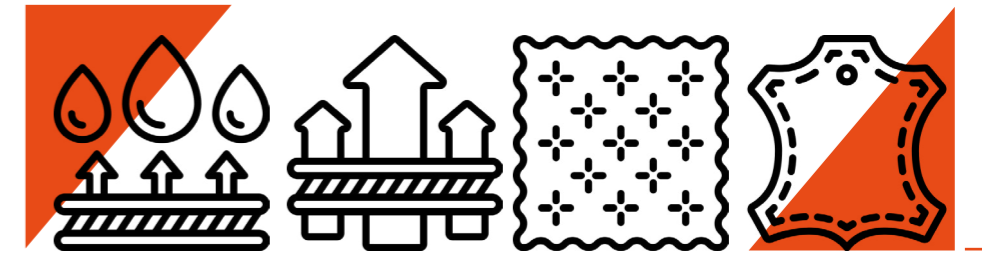
Bireysel şirketlerin başarılı bir şekilde markalaşması, Türk mallarının bir bütün olarak algılanmasını geliştirecek, tüm pazar için küresel pazarda pazarlamayı kolaylaştıracaktır. Türkiye, küresel pazarda ucuz mal avantajını yitirdiğinden, katma değeri yüksek kaliteli mallar üretmeye odaklanmalıdır. Araştırma ve geliştirmeye yatırımlar teşvik edilmeli ve daha işlevsel ve teknik tekstil ürünlerinin üretilmesi için adımlar atılmalıdır.

3.3 AKSİYON PLANI

A. KAPASİTE GELİŞTİRME			
ÖLÇEK	AKSİYON	SORUMLU KURULUŞ	TAKVİM
A.1 Finansmana Erişebilirliğin Artırılması	A.1.1 KOBİ'lerin finansal planlama ve yönetim yeteneklerinin artırılması	<ul style="list-style-type: none">KOSGEBTUBITAKTOBBBM KURUMLARIBÖLGESEL KALKINMA AJANSLARIULUSAL BANKALARAVRUPA İMAR VE SİNAİ KALKINMA BANKASIKREDİ GARANTİ FONUFirmalar	2019 3.Ç 2020 1.Ç 2020 2.Ç
	A.1.2 KOBİ'ler için destek sayılarının daha geniş alanı kapsamının sağlanması		
	A.1.3 Kamu desteklerinin bilgilendirme toplantı sayısının artırılması		
	A.1.4 KOBİ fon kullanma kapasitelerinin artırılması için Ticaret ve Sanayi Odası iş birliğinin artırılması,		
	A.1.5 KOBİ ihtiyaç analizinin belirli dönemlerde yapılması		
	A.1.6 KOBİ'lerin halka arz, şirket tahvili, borsa, türev, vadeli işlem piyasaları vb. finansal araçların kullanımı konusunda kabiliyetlerini artırmak üzere eğitim ve/ya birebir danışmanlık hizmeti verilmesi		
A.2 Tekstil Sektörü Mesleki Eğitim Kurslarının Düzenlenmesi	A.2.1 Mesleki Eğitimler için Üniversite ile İş Birliğinin yapılması	<ul style="list-style-type: none">TOBBTicaret ve Sanayi OdalarıİŞKURMilli Eğitim BakanlığıTekstil Sektör DernekleriFirmalar	2019 4.Ç 2020 1.Ç 2020 2.Ç 2020 3.Ç 2020 4.Ç
	A.2.2 Mesleki Eğitimlerin düzenlenmesi için Milli Eğitim İl Müdürlükleri ile iş birliğinin artırılması		
	A.2.3 İş Başı Eğitim programları için İŞKUR ile işbirliği		
	A.2.4 Tekstil tecrübesi olmayan mülteciler ve ev sahibi topluluklar için Tekstil Eğitim Merkezinin Kurulması ve istihdama kalifiye eleman kazandırılması		
	A.2.5 KOBİ'lerin personellerini dışarıdan destek almadan, firmanın özkaynakları ile eğitmesinin teşvik edilmesi ve bu eğitimlerin standartlaştırılması		
	A.2.6 KOBİ bazında tasarım süreçlerine direk etki edebilecek e-öğrenme veya yazılım eğitimi konusunda çalışmalarını yapan firmaların teşvik edilmesi		
A.3 Tekstil Sektörü Rekabet Edebilirliğinin Artırılması	A.3.1 Tekstil KOBİ'lerine Yerel Düzeyde Uluslararasılaşma Destekleri Verilmesi.	<ul style="list-style-type: none">TOBBOdalarTekstil Sektör DernekleriÜniversitelerFirmalar	2019 4.Ç 2020 1.Ç 2020 2.Ç 2020 3.Ç 2020 4.Ç
	A.3.2 Tekstil endüstrisinde yatırımın teşvik edilmesi.		
	A.3.3 KOBİ'lerin karar vericilerin ve yöneticilerinin Finansal Planlama ve Yönetim Yeteneklerini Artırma.		
	A.3.4 Firma Analizleri ve yeni Pazar araştırma konusunda Danışmanlık desteği sağlama		
	A.3.5 Uluslararası bilgi transferini artırmak için ikili görüşme, heyet ziyaretleri ve birebir uzman alış-verişleriyle, yurtdışı atölye ve eğitim programlarına katılıma da destek verme		

B. KAMU-ÖZEL SEKTÖR İŞ BİRLİĞİ İÇİN AĞ KURMA

ÖLÇEK	AKSİYON	SORUMLU KURULUŞ	TAKVİM
B.1 Tekstil Konseyi oluşturarak Tekstil Endüstrisi İşbirliğini Artırma	B.1.1 Sektörün ihtiyaçlarını anlamak için Danışma Kurulu oluşturma	<ul style="list-style-type: none">• ÜNİVERSİTELER• TİCARET VE SANAYİ ODALARI• TEKSTİL SEKTÖR DERNEKLERİ• TİCARET VE SANAYİ İL MÜDÜRLÜKLERİ	2019 4.Ç
	B.1.2 Kalıcı Yerel Rekabet Edebilirlik Konseyi'nin oluşturulması		2020 1.Ç
	B.1.3 Çalışma Grupları Oluşturma		2020 2.Ç
	B.1.4 Üniversite ve Tekstil Sektörü arasındaki işbirliğini arttırmak; sektör ihtiyaçları, ürün geliştirme ve çözüm yollarının bulunmasına destek sağlamak.		2020 3.Ç 2020 4.Ç
B.2 Doğrudan ve Dolaylı Tekstil İşletmeleri İçin Bölgesel Kümeler Yaratma	B.2.2 Küme avantajları ve kümeler için destekler hakkında bilgilendirme toplantıları	<ul style="list-style-type: none">• TİCARET BAKANLIĞI• KALKINMA AJANSI• KOSGEB• TİCARET VE SANAYİ ODALARI• İŞ ADAMLARI DERNEKLERİ• İHRACATÇI BİRLİKLERİ• İHRACATÇILAR DERNEKLERİ	2019 4.Ç
	B.2.3 Küme için seçilecek potansiyel şirketlerle Bireysel Toplantı		2020 1.Ç
	B.2.4 Türkiye bölgesel kümelerinin en iyi uygulamalarına saha ziyaretleri		2020 2.Ç
	B.2.5 UR-GE desteği için başvuruda bulunmak		2020 3.Ç
	B.2.6 Yeni simbiyoz uygulamaları keşfetmek ve mevcut olanları iyileştirmek için endüstriyel araştırmalar yapmak		2020 4.Ç
B.3 Uluslararasılaşma için Tekstil İlk Durak Noktası Ağı Kurma	B.3.1 Başlangıç noktası için ofis tahsis etme	<ul style="list-style-type: none">• TİCARET VE SANAYİ ODALARI• TEKSTİL SEKTÖR DERNEKLERİ• İŞ ADAMLARI DERNEKLERİ• KOSGEB	2020 1.Ç
	B.3.2 Personel Eğitimleri		2020 2.Ç
	B.3.3 KOBİ'ler ve paydaşlar için gelişmiş hizmetler ve kapasite geliştirme faaliyetleri		2020 3.Ç 2020 4.Ç

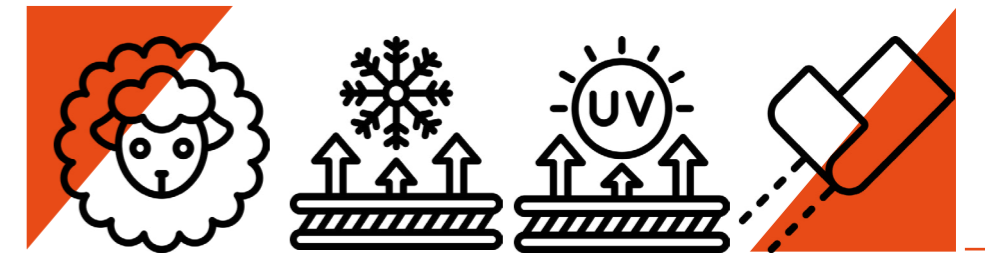


C. İNOVASYON VE ARAŞTIRMA GELİŞTİRME

ÖLÇEK	AKSİYON	SORUMLU KURULUŞ	TAKVİM
C.1 Ar-Ge Konusunda KOBİ'ler İçin Kapasite Değerlendirme programları	C.1.1 Analiz Araçlarının Oluşturulması C.1.2 Firma ziyareti ve Analizlerin yapılması C.1.3 Mevcut kapasite analizi ve Ar-Ge konusunda danışmanlık yapma	<ul style="list-style-type: none">TUBİTAKKALKINMA AJANSLARITİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIMA KURULU (LCC)	2020 1.Ç 2020 2.Ç 2020 3.Ç 2020 4.Ç
C.2 KOBİ'lerin Teknolojik Yeteneklerini Arttırma	C.2.1 Geliştirilen şirketler için iyi uygulamalara Ziyaretler düzenlemek C.2.2 Ar-Ge ve/ya tasarım süreçlerinde desteğe ihtiyacı olan şirketlere ortak kullanım tesisleri ve/ya birebir danışmanlık faaliyetleri aracılığıyla bilgiye erişimlerini sağlamak	<ul style="list-style-type: none">KALKINMA AJANSLARIKOSGEBTİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIŞMA KURULU (LCC)İHRACATÇILAR DERNEKLERİ	2019 4.Ç 2020 1.Ç 2020 2.Ç
C.3 Ulusal ve Uluslararası Düzeyde Ar-Ge Destek Mekanizmasının Geliştirilmesi	C.3.1 KOBİ'ler ve paydaşlar için Ar-Ge destek bilgilendirme toplantısı düzenlemek C.3.2 KOBİ'ler için hibe ve fon başvuruları hazırlamak	<ul style="list-style-type: none">KALKINMA AJANSLARIKOSGEBTİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIŞMA KURULUİHRACATÇILAR DERNEKLERİ	2019 Q4 2020 Q1 2020 Q2
C.4 KOBİ Karar Verici Yöneticilerinin Kapasitelerinin Geliştirilmesi	C.4.1 Sektöre Genel Bakış ve Küreselleşme Eğitimi Düzenleme C.4.2 İş Geliştirme ve Liderlik Eğitimi Düzenleme C.4.3 KOBİ sahipleri ve yöneticileri için uluslararası iyi uygulama ülkelerine ziyaretler düzenlemek	<ul style="list-style-type: none">KALKINMA AJANSLARIKOSGEBTİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIMA KURULU (LCC)İHRACATÇILAR DERNEKLERİ	2021 1.Ç 2022 2.Ç
C.5 Tekstil Endüstrisi için Yenilik / Tasarım Merkezi Kurulması	C.5.1. İnovasyonu geliştirmek ve tasarım ve inovasyon konusunda destek alabilmek için Tekstil Endüstrisi Şirketlerini dahil etmek. Bu, bölgesel düzeyde teknik tekstil Ar-Ge ve konfeksiyon sektörü tasarımını içermelidir.	<ul style="list-style-type: none">KALKINMA AJANSLARIKOSGEBTİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIMA KURULU (LCC)SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞIÜNİVERSİTELERİHRACATÇILAR DERNEKLERİ	2021 1.Ç 2022 2.Ç
C.6 Halı ve Dokumasız Ürünler için Bölgesel Tekstil Araştırma Merkezi'nin Kurulması	C.6.1 Konum ve katılımcı kuruluşların tanımlanması C.6.2 Merkezin altyapısının hazırlanması	<ul style="list-style-type: none">KALKINMA AJANSLARIKOSGEBTİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIŞMA KURULU (LCC)SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞIÜNİVERSİTELERİHRACATÇILAR DERNEKLERİ	2021 Q1 2022 Q2

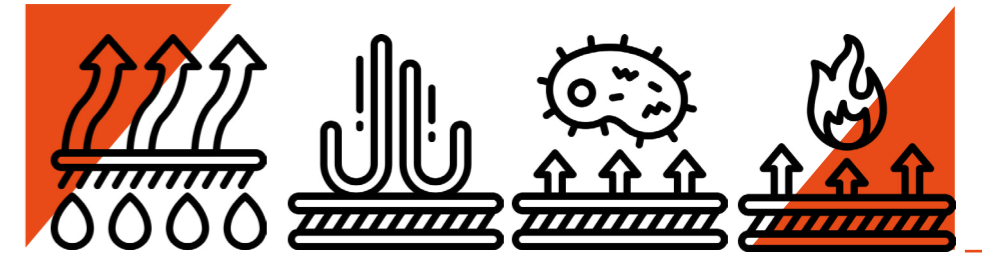
D. İŞ GELİŞTİRME

ÖLÇEK	AKSİYON	SORUMLU KURULUŞ	TAKVİM
D.1 Yatırımın Teşviki	D.1.1 Bölgesel Kalkınma Ajansı Yatırım Destek Ofisi ile İşbirliği D.1.2 Potansiyel KOBİ'lerle Yatırım teşvik avantajı toplantıları düzenlemek D.1.3 Yabancı sermayenin ülkeye girişini kolaylaştırmak ve bu anlamda makro politikalar üretilmesini sağlamak D.1.4 Halka arz, borsa ve türev araçlar gibi finans araçlarının kullanımı konusunda firma kapasitelerini artırmak	<ul style="list-style-type: none">KALKINMA AJANSLARITİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIŞMA KURULU (LCC)TÜBİTAK	2020 1.Ç 2020 2.Ç 2020 3.Ç 2020 4.Ç
D.2 Çalışanların Becerilerinin Geliştirilmesi	D.2.1 Kişisel gelişim için KOBİ personeline temel Beceri Eğitimi verilmesi D.2.2 Seçilen KOBİ'lerin her biri için Çalışan Motivasyon Sisteminin Analizi D.2.3 İş Gücü Devir Oranının Analizi D.2.4 E-öğrenme süreçlerinin iş süreçlerine entegrasyonunu sağlamak	<ul style="list-style-type: none">TÜBİTAKKALKINMA AJANSLARIKOSGEBTİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIŞMA KURULU (LCC)İHRACATÇI BİRLİKLERİİHRACATÇI DERNEKLERİ	2020 1.Ç 2020 2.Ç 2020 3.Ç 2020 4.Ç
D.3 Ortak pazarlama planlarının Oluşturulması	D.3.1 KOBİ'ler için mevcut pazarlama ve iş planlarının analiz edilmesi D.3.2 Pazarlama Stratejisinin KOBİ'lerle Birlikte Hazırlanması	<ul style="list-style-type: none">KALKINMA AJANSLARITİCARET VE SANAYİ ODALARIYEREL DANIMA KURULU (LCC)KOSGEBİHRACATÇI DERNEKLERİ	2020 3.Ç 2020 4.Ç 2021 1.Ç 2021 2.Ç
D.4 KOBİ'lere Pazarlama Eğitim-leri Düzenlemek	D.4.1 Eğitimler için kullanılabilir desteklerin geliştirilmesi	<ul style="list-style-type: none">KOSGEBKALKINMA AJANSLARIAVRUPA İMAR VE SİNAİ KALKINMA BANKASI	2020 1.Ç 2020 2.Ç 2021 1.Ç 2021 2.Ç



E. ULUSLARARASILAŐTIRMA

ÖLÇEK	AKSİYON	SORUMLU KURULUŞ	TAKVİM
E.1 İhracat Ortamının Geliştirilmesi	E.2.1 Araştırmada yardımcı olmak		
	E.2.2 İletişimin geliştirmesi		
	E.2.3 Danışmanlık hizmeti verilmesi (İş Planı vb.)		
	E.2.4 Profesyonel kullanıcı dostu web sitesi oluşturma hizmetleri sunulması	• KALKINMA AJANSLARI	
	E.2.5 Sağlanan imkanlardan yararlanmak için Kurumsal Avrupa Ağına Üye olunması	• KOSGEB	2020 1.Ç
	E.2.6 Uluslararası kalite standartlarının yakalanması, ve dış ticarete ilişkin hukuki ve ticari regüasyonları öğrenme konularında firmalara eğitim ve/ya birebir danışmanlık hizmetlerinin düzenlenmesi	• TİCARET VE SANAYİ ODALARI	2020 2.Ç
	E.2.7 Geleneksel olmayan uluslararası dijital platformlarda reklam/tanıtım faaliyetlerinin firma bazında desteklenmesi	• YEREL DANIŞMA KURULU (LCC)	2020 3.Ç
	E.2.8 Birebir danışmanlık ile uluslararası pazar araştırma ve geliştirme faaliyetleri yapılarak, tespit edilecek potansiyel pazarların stratejik ihracat noktalarına dönüştürülmesi	• İHRACATÇI DERNEKLERİ	2020 4.Ç
	E.2.9 Pazar araştırma & geliştirme ve temsil giderlerine yönelik teşvik mekanizmalarının artırılması daha kapsamlı hale getirilmesi	• KURUMSAL AVRUPA AğI FİRMALAR	



3.3.1 SEKTÖR İÇİN İŞGÜCÜ KAZANIMI STRATEJİ ÖNERİLERİ

Tekstil sektörü, Suriyelilerin entegrasyonundan etkilenen bir sektördür. Sektörün yıllık üretim hacmi endeksi 2005-2016 yılları arasında 100'den 193'e yükselmiştir. Büyüksebüyüme değerlendirildiğinde, sektördeki firmalar çoğunlukla işçi bulmakta sıkıntı yaşamaktadırlar. Örneğin, İŞKUR 2016 İstanbul İşgücü Piyasası Raporu, dikiş makinesi operatörleri için iş olanaklarında artış öngörmüştür.

Dikiş makinesi operatörlüğü, sınırlı dil becerileri ve daha az eğitim



Dikiş Makinesi Operatörü

Açıklama
Dikiş makinelerini, birleştirme, takviye etme veya dekorasyon veya giysi parçalarını süsleme gibi giysi dikim işlemlerini gerçekleştirmek üzere işler veya yapar.

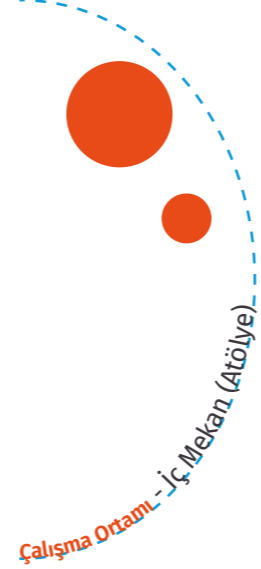
Teknik Beceri
Dikiş makinesi işlem becerileri

Sosyal Beceri
Çalışkan, Azim, Esnek

Dil Gerekliliği
Temel Türkçe

Eğitim Düzeyi
İlköğretim

Ortalama Maaş
1.404 TL +



Operatör Asistanı

Açıklama
Tekstil atölyesinde üretilen ürünleri taşır.

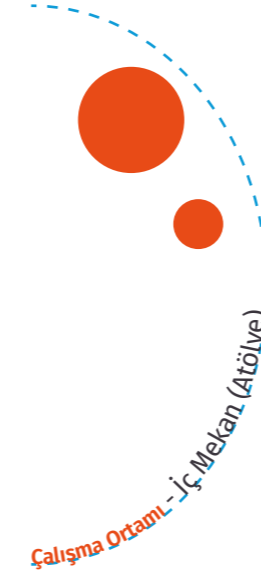
Teknik Beceri

Sosyal Beceri
Çalışkan, Azim, Esnek

Dil Gerekliliği
Temel Türkçe

Eğitim Düzeyi
İlköğretim

Ortalama Maaş
1.404 TL +



gerektirdiğinden, genç Suriyeliler için uygun bir başlangıç seviyesinde pozisyon olabilir. Tekstil sektöründe pek çok giriş seviyesi pozisyonu bulunmasına rağmen, genç Suriyeliler üretim düzeyine uygun bulunmaktadır.

Aşağıda hedef kitleye uygun iş fırsatları bulunmaktadır.

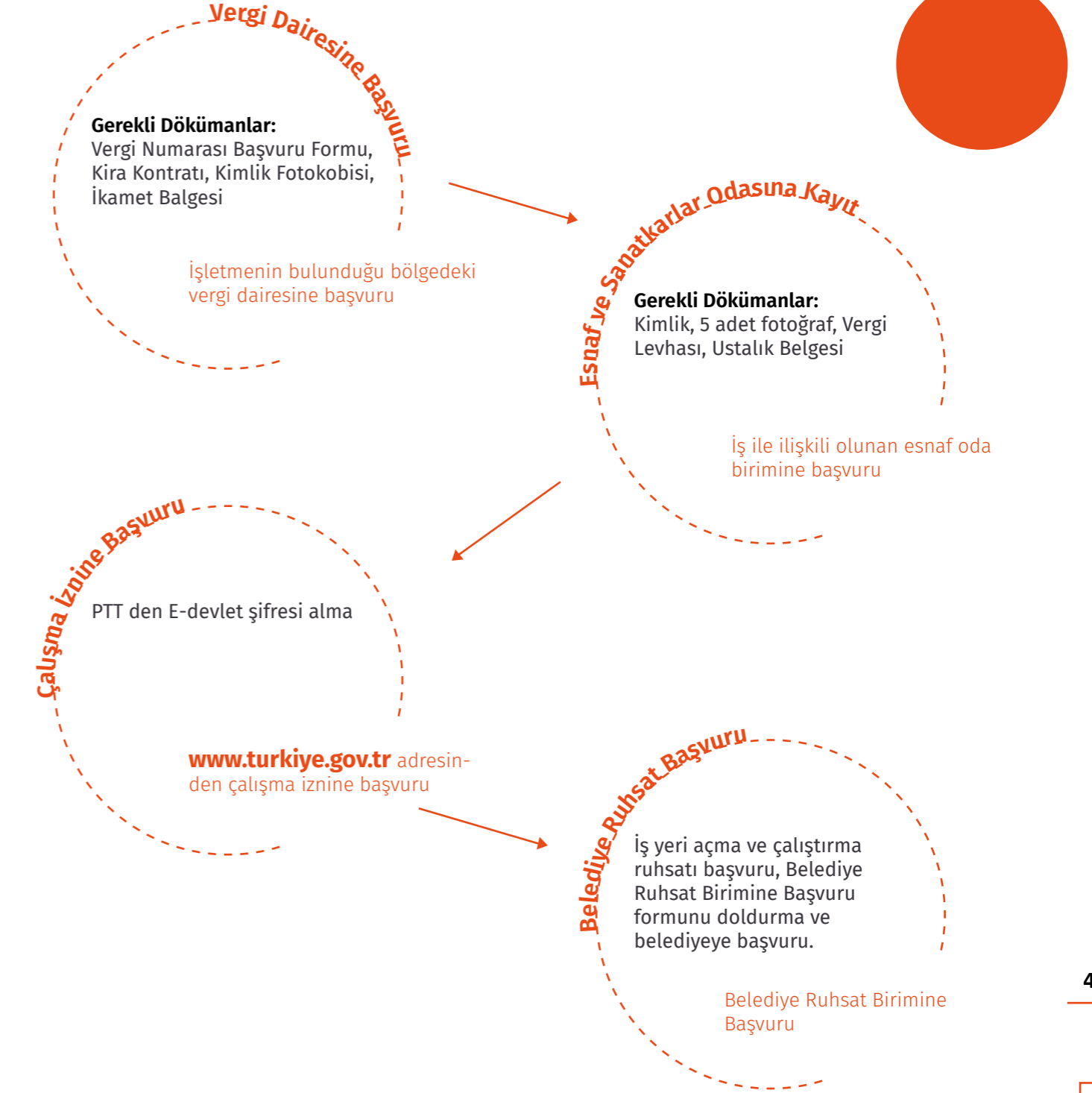
Tablo 6. Tekstil Sektörü İş Potansiyelleri

Girişimcilik Yolu: Suriyelilerin Kendi İşini Kurması

Suriyeliler tekstil sektöründe üretim yapabilir ve bölgede tekstil sektöründe bir KOBİ olabilir. KOSGEB gibi yerel veya uluslararası fonlar tarafından

finansmana hibe ve/veya kredi olanaklarına erişim imkanı da bulabilmektedir.

Grafik 7. Girişimcilik Yolu



EĞİTİM KURSLARI

KOSGEB: Girişimcilik konusu ile ilgili olarak KOSGEB, Uygulamalı Girişimcilik programı tarafından iyi bilinen bir eğitim sağlayıcısıdır. Bu eğitim devletin KOBİ'lere destek vermesi için bir zorunluluktur. Üniversitelerin Yaşam Boyu Öğrenme Merkezleri, KOSGEB ve STK'lar gibi sözleşmeli eğitim sağlayıcılar aracılığıyla verilen bu ücretsiz eğitimler 32 saat sürmektedir. Bu eğitim resmi bir sertifika sunar ve Suriyeliler de bu eğitimlere kabul edilmektedir.

İŞKUR: İŞKUR, mesleki beceri eğitimi konusunda uzmanlaşmış bir başka kamu eğitim sağlayıcısıdır. Yasal sorumluluklarından biri olan İŞKUR, yıllık değerlendirmelerle işverenlerin nitelikli personel ihtiyaçlarını değerlendirmekte ve sözleşmeli eğitim sağlayıcılar tarafından özel sektörün talep ettiği becerilere yönelik kurslar açmaya çalışmaktadır.

3.3.2 SEKTÖRÜN GELECEĞİNE DAİR

SEKTÖREL YOL HARİTASININ KATKISI

Organizasyon: Türk Tekstil Endüstrisi için stratejik yol haritasının kalıcılığı

Kısa Süreli: Eylem planını gerçekleştiren, teşvik eden ve sponsor olarak hizmet veren endüstri ve paydaşların beklentilerini karşılayan, temsili ve etkili bir yapı kurulması.

Orta Vadeli: Sektöre ilerleme raporunun ve güncellenmiş eylem planının sunulması.

Uzun Vadeli: Türkiye Tekstil Endüstrisi için stratejik yol haritasını güncellenmesi.

Yenilikçilik: Endüstrinin seri üretimden tasarım, geliştirme ve ticarileşmeyi sağlayan özel ürünlere geçişi desteklenmesi

Kısa Süreli: Üniversiteler, sektörel dernekler ve kullanıcılar ile ortaklaşa ar-ge, inovasyon ve ticarileştirme ağları geliştirmeyi amaçlayan, büyüme vaat eden endüstriyel girişimleri

desteklemek için bir strateji geliştirilmesi.

Büyük pazarlarda çok sayıda firmayı içeren yerelleştirme projelerinin başlatılması.

Orta Vadeli: Tekstil yenilikçilik fonu kurulması ve sonrasında bir yönetim arayüzü olarak yapının ulusal olarak tanınması ve örneğin beş yıllık ilk yatırım programının yönetimi.

Yeni ve gelişmekte olan teknolojiler hakkında bir teknoloji zekası ve bilgi toplama sistemi geliştirilmesi.

Uzun Vadeli: Bir konsorsiyum projeleri oluşturarak geliştirilen teknoloji ve ürünlerin uluslararası pazarlarda ticarileşmenin sağlanması.

Yarının pazarları için lider ürünler geliştirmek için itici güçlerden yararlanılması

Kısa Süreli: Hizmet verilen pazarlardaki ihtiyaçların gelişimini incelenmesi.

Gelişmekte olan jeopolitik gelişme ve sürdürülebilir kalkınma pazarlarını hedefleyen, büyüme vaat eden endüstriyel girişimleri destekleyen bir strateji oluşturulması.

Orta Vadeli: Hedef tüketicilerin taleplerini karşılamak için piyasalara yenilikçi ürünleri düzenli olarak sunulması katkıda bulunur.

Uzun Vadeli: Sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen eşit şartnameler içeren satın alma sözleşmeleri sağlamak için ana kontrat sahiplerinden talep edilmesi.

İnsan Kaynakları: Yeni endüstri ihtiyaçlarını karşılayan nitelikli insan kaynağının varlığının güvence altına alınması

Kısa Süreli: İnsan kaynakları vizyonunu ve tekstil eğitimini ve sürekli eğitim modellerini yeniden tanımlanması.

Orta Vadeli: İhtiyaçlara cevap veren eğitim teklifinin mevcut ve kullanıldığından emin olunması.

Uzun Süreli: İhtiyaçlara göre eğitimin revize edilmesi.

Ortaklıklar kurulmasının özendirilmesi

Kısa Süreli: Türk tekstil endüstrisinin ayrıntılı bir profilinin geliştirilmesi.

Üreticiler arasındaki ticari ortaklıkları teşvik eden ağ gruplarının oluşturulması.

Bilgi alışverişinin teşvil edilmesi ve sektöre yönelik tüm programlara merkezi erişim sağlamak için sanal bir tartışma forumu geliştirilmesi

Orta Vadeli İrtibat bilgilerinin düzenli olarak güncellenmesi ve dağıtılması.

Ağ gruplarını mevcudiyetinin sürdürülmesi.

Sanal tartışma forumu için kendi kendini finanse edimesinin sağlanması ve bilgilerin sürekli olarak güncellenmesi.

Satın alma ve pazarlama sinerjilerini kolaylaştırmak için endüstri gruplarının oluşumunu teşvik edilmesi.

Uzun Süreli: İrtibat bilgilerinin düzenli olarak güncellenmesi ve dağıtılması.

Ağ gruplarının korunması.

Sanal tartışma forumu için kendi kendini finanse edimesinin sağlanması ve bilgilerin sürekli olarak güncellenmesi.

Tekstil işletmelerin büyük pazarlara, iç ve ihracat pazarlarına katılmalarının sağlanması

Kısa Süreli: Büyük pazarlardaki değer zinciri (malzeme ve teknoloji tedarikçileri, işlemciler ve üreticiler, alıcılar, ana yükleniciler, yasa koyucular ve belirleyiciler) boyunca ortaklıkları teşvik eden ağ grupları ve etkinliklerin oluşturulması.

Orta Vadeli: Ağ gruplarını ve ortak ilgi alanlarına sahip etkinliklerin sürdürülmesi.

Türk tekstil endüstrisi için ticari pazarlar geliştirmenin stratejik pazarlarda uygulanabilirliğini analiz edilmesi.

Uzun Vadeli:Büyük pazarlara hizmet veren endüstriyel sektörlerde bir ağ grubundan yüksek kaliteli oyuncular olarak tanınırlık kazanılması.

Ticari ihracat ofislerinin uzun süreli varlığının korunması.

İletişim ve İmaj: Tekstil ile iştirak eden kurumların tanınması

Kısa Süreli: Stratejik yol haritası iletişim planını geliştirilip uygulanması.

Türk tekstil endüstrisi için uygun bir görüntünün olması; Türkiye'de üretilmiştir, Türk kalitesi, Turquality.

Orta Vadeli: Stratejik yol haritası iletişim planının güncellenmesi.

Sektöre, özgünlüğünü yansıtan ve Türkiye genelinde tanınan bir marka imajının sağlanması.

Uzun Vadeli: Stratejik yol haritası iletişim planının güncellenmesi.

Sektöre, ayırt edici özelliğini yansıtan ve uluslararası alanda tanınan bir marka imajını sağlanması.



INOVASYON RENDELERİ

Tekstil endüstrisi uzmanlarının hemfikir olduğu yenilik trendleri önümüzdeki 10 yıl için aşağıdaki şekilde listelenmiştir;

● Akıllı, Yüksek Performanslı Tekstil Malzemeleri

Tekstil sektöründe yıllardır karbon, cam, bazalt, seramik veya metalden yapılmış yüksek performanslı iplikler bulunmakta ve havacılık, savunma, inşaat ve spor gibi niş pazarlarda kullanılmaktadır. Öte yandan, bu malzemelerin karmaşık üretim süreçleri ve geleneksel malzemelere göre pahalı olması, bu ürünlerin yayılmasını sınırlamıştır. Malzeme bilimlerindeki gelişmeler, üretimde verimlilik artışı ve artan talep gibi birçok faktör bu durumu değiştirmiştir. Son 15 yılda, havacılık endüstrisinden gelen talepler 3 kat artmış; otomotiv ve inşaat sektörlerinden gelen talep bu yüksek performanslı malzemelerin kullanımını artırması muhtemeldir.

● Üretimde Dijitalleşme, Değer Zinciri, İş Modelleri

Her fabrika, her makine, her teknolojik bileşen ve her malzemenin dijitalleşmesi ve endüstriyel üretim ile bağlantı yoluyla sanallaştırma sürecinin radikal bir dönüşüm geçirmesi beklenmektedir. Bu dönüşümle tekstil sektörü, hız, verimlilik ve kalite bakımından etkilenecektir.

● Kaynak Verimliliği

Tekstil endüstrisi, diğer sektörler gibi, malzeme, enerji, su, kimyasallar gibi kaynaklarda da önemli bir dönüşüm yaşayacak ve katma değerli ürünlerin tanıtılması sürecinde dönüşüm gerektirecektir. Boyama ve terbiye gibi birçok tekstil üretim basamağında kimyasal girdiler kullanılmaktadır. Enerji verimliliği, karbondioksit emisyonları, su kullanımı, atık su arıtma ve yasal düzenlemelerle düzenlenen hava kirliliğinin önlenmesi gibi ekolojik ve ekonomik faktörler sektörde önemli kısıtlamalar haline gelecektir. Daha iyi bir ortam için, yasal düzenlemeler ve sürdürülebilirlik gibi düzenlemeler de tekstil pazarlarında önemli rekabet kriterleri haline gelecektir.



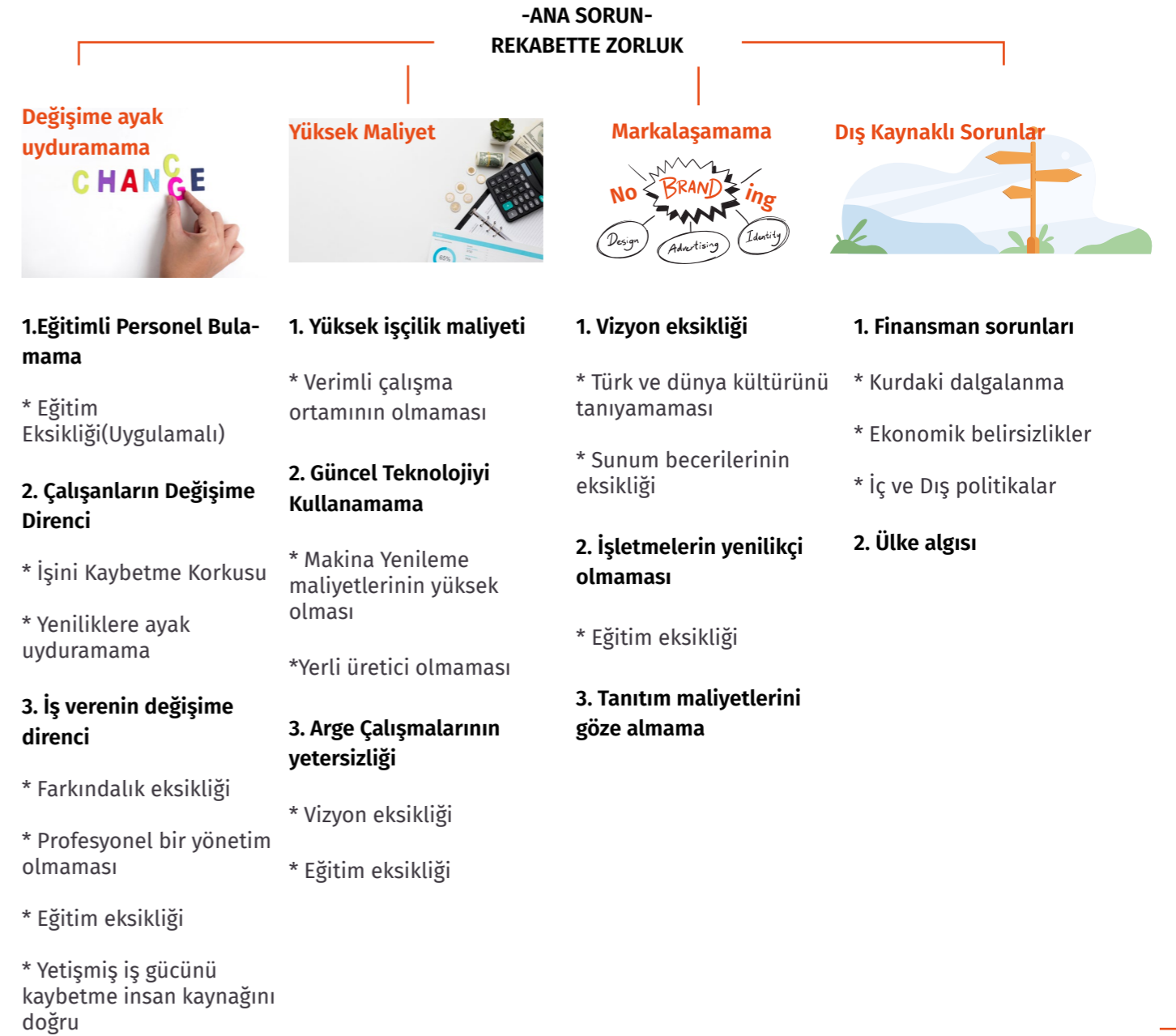
4

ÇALIŞTAY



4.1 SEKTÖR TEMSİLCİLERİ TARAFINDAN GÜNDEME GETİRİLEN PROBLEMLER

İŞLETME: A (İplik İmalatı)

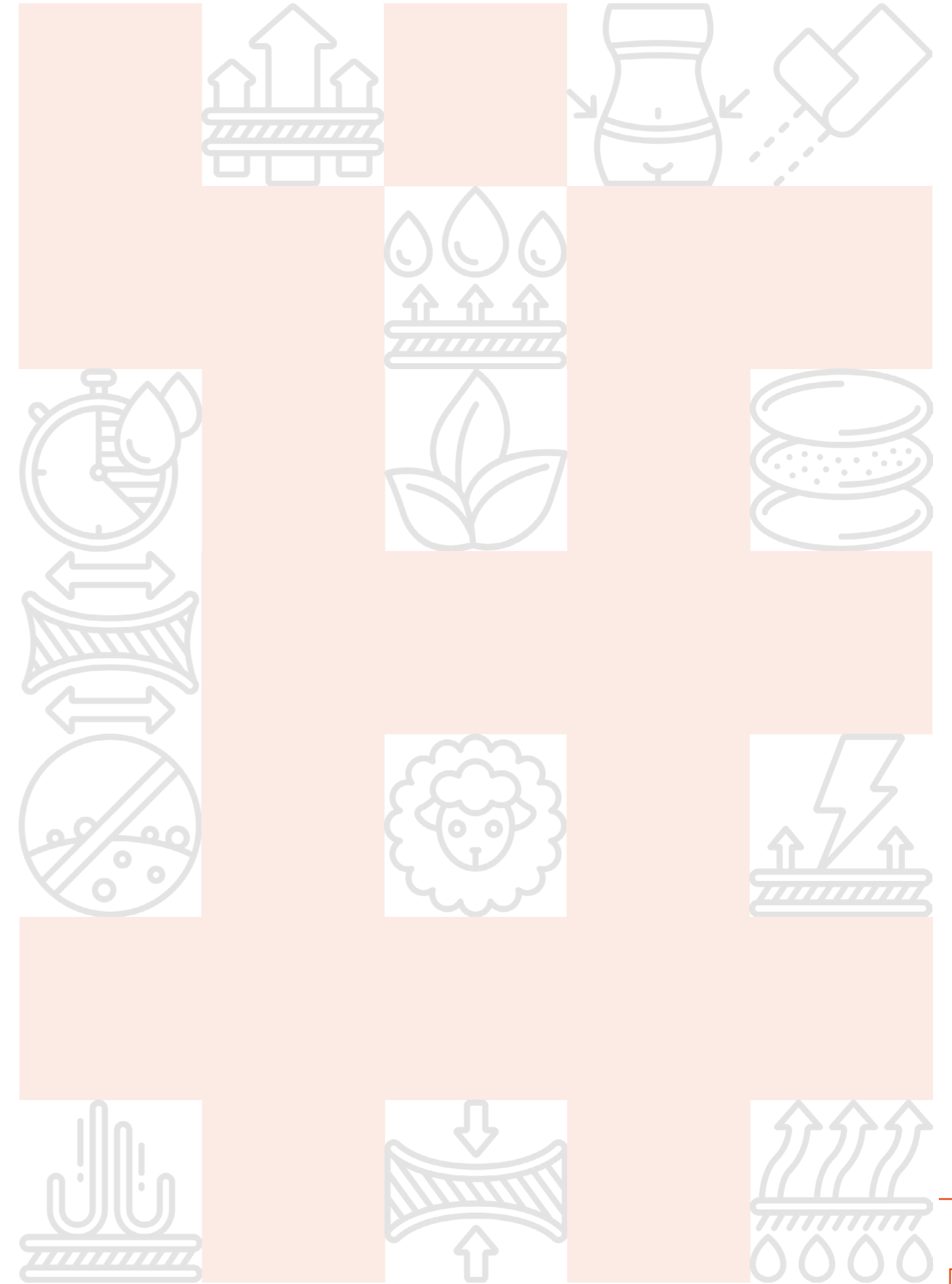
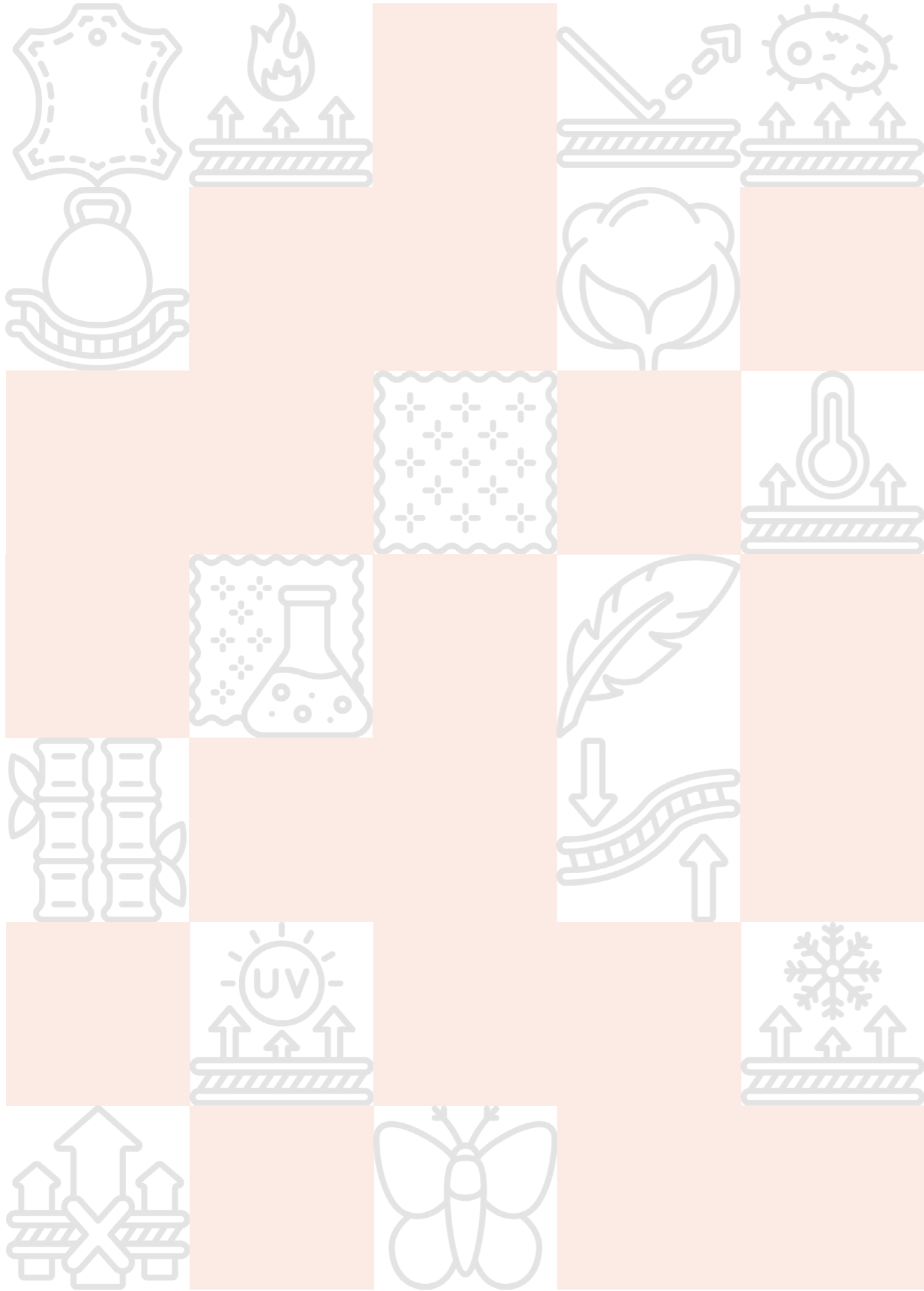


İŞLETME B (Hazır Giyim İmalatı)



İŞLETME C (Hazır Giyim İmalatı)







Suriye Krizine Yanıt Olarak Türkiye'de Dayanıklılık Projesi (TDP)

İSTİHDAM YARATIMI BİLEŞENİ

2020



Sektörel Yol Haritaları: **Türkiye’de Tekstil Sektörü**