

ADİYAMAN
HAZIR GİYİM KONFEKSİYON
RAPORU



[2015]



ADİYAMAN
HAZIR GİYİM KONFEKSİYON
RAPORU
2015



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

İÇİNDEKİLER

İçindekiler	2
Tablolar Dizini	3
Şekiller Dizini	3
Kısaltmalar	4
1. GİRİŞ	6
2. DÜNYADA HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SANAYİ	9
3. TÜRKİYE'DE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SANAYİ	12
3.1. İHRACAT	12
3.2. İTHALAT	15
4. TRCI BÖLGESİ'NDE HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON SANAYİ	19
4.1. GAZİANTEP İLİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI	21
4.2. ADİYAMAN İLİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI	22
4.3. KİLİS İLİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI	23
5. ADİYAMAN İLİNDE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SANAYİ	25
5.1. KÜMELENME YAPISI	26
5.2. ADİYAMAN KÜME GELİŞTİRME KOMİTESİ	27
5.3. ÜÇYILDIZ ANALİZİ & KÜMELENME ANALİZİ	28
5.4. SWOT ANALİZİ	30
6. SAHA ÇALIŞMASI	33
6.1. SAHA ÇALIŞMASININ ÖNEMİ	33
6.2. SAHA ÇALIŞMASININ AMACI	33
6.3. SAHA ÇALIŞMASININ YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ	33
6.4. SAHA ÇALIŞMASI VERİLERİNİN ANALİZİ	34
7. ÇALIŞTAY VE STRATEJİK ANALİZ	43
7.1. ÇALIŞTAY	43
7.2. STRATEJİK ANALİZ	43
8. SONUÇ	47
KAYNAKÇA	50
EKLER	52

TABLORAR DİZİNİ

Tablo 1. En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yapılan Ülkeler (2013-2014)	13
Tablo 2. Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	14
Tablo 3. En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yapılan Ülkeler (2012-2013 Ocak-Kasım)	16
Tablo 4. Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı	17
Tablo 5. İhracatçı Birlikleri Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Kaydı	19
Tablo 6. İl Bazında 2013 Ocak-Aralık Hazır Giyim İhracat Değeri	20
Tablo 7. Gaziantep İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler (2013 Ocak-Aralık)	21
Tablo 8. Adıyaman İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler (2013 Ocak-Aralık)	22
Tablo 9. Kilis İli 2013 Ocak-Aralık Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler	23
Tablo 10. Adıyaman İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Kümelenme Kriteri	30
Tablo 11. Firmada Çalışan Sayısına İlişkin Dağılım	36
Tablo 12. Firmada AR-GE Durumuna İlişkin Dağılım	36
Tablo 13. AR-GE Olmama Nedenine İlişkin Dağılım	36
Tablo 14. Firmaların Satış Şekline İlişkin Dağılım	37
Tablo 15. Firmaların Rekabet Etmede Karşılaştıkları Güçlüklerin Önem Derecesine İlişkin Dağılımı	37
Tablo 16. İhracat Yapılma Durumuna İlişkin Dağılım	37
Tablo 17. İhracatı Gerçekleştirme Yöntemlerine İlişkin Dağılım	38
Tablo 18. İhracatta Karşılaşılan Sorunların Önem Derecesine İlişkin Dağılım	38
Tablo 19. Tam Kapasite Kullanamama Nedenlerinin Önem Derecesine Göre Dağılım	40

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Dünya Hazır Giyim ve Konfeksiyon Ticareti	9
Şekil 2. 2012 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Rakamları	10
Şekil 3. Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Rakamları	12
Şekil 4. 2014 yılı En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yapılan Ülkeler	14
Şekil 5. 2013 Yılı Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	15
Şekil 6. En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yapılan Ülkeler	16
Şekil 7. Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı	17



ADIYAMAN HAZIR GIYİM KONFEKSİYON RAPORU

Şekil 8. İhracatçı Birlikleri Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Kaydı (2013 Ocak-Aralık) ..	20
Şekil 9. Gaziantep İli 2013 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	21
Şekil 10. Adıyaman İli 2013 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	22
Şekil 11. Kilis İli 2013 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	23
Şekil 12. Adıyaman İli Sanayi Sektörel Dağılımı	25
Şekil 13. Firma Yetkililerinin Eğitim Durumuna İlişkin Dağılım	34
Şekil 14. Firma Yöneticisinin Cinsiyetine İlişkin Dağılım	34
Şekil 15. Personelin Eğitim Durumuna İlişkin Dağılım	34
Şekil 16. Personelin Cinsiyetine İlişkin Dağılım	35
Şekil 17. Firmaların Faaliyet Yılına İlişkin Dağılım	35
Şekil 18. Firmaların Hukuki Yapısına İlişkin Dağılım	35
Şekil 19. İhracat Yapılan Ülkelere İlişkin Dağılım	38
Şekil 20. Kümelenmenin Sektöre Kazandırdıklarına İlişkin Dağılım	39
Şekil 21. Üretim Kapasite Kullanım Oranlarına İlişkin Dağılım	39
Şekil 22. Üretim Yöntemlerine İlişkin Dağılım	40
Şekil 23. Üretim Maliyetine İlişkin Dağılım	41

KISALTMALAR

- ATC Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması
- ATEKS Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Kümelenme Demeği
- ATEM Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Eğitim Merkezi
- CAT Türkiye'nin Rekabet Avantajı
- GAB Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliği
- GAP Güneydoğu Anadolu Projesi
- GATT Genel Tarifeler ve Ticaret Anlaşması
- GIDEM Girişimci Destekleme Merkezi
- ITC Uluslararası Ticaret Örgütü
- İKA İpekyolu Kalkınma Ajansı
- İTKİB İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
- MÜSİAD Müstakil Sanayici ve İş Adamları Demeği
- STK Sivil Toplum Kuruluşu
- TGSD Türkiye Giyim Sanayicileri Demeği
- TİM Türkiye İhracatçıları Meclisi
- TSO Ticaret ve Sanayi Odası
- TÜİK Türkiye İstatistik Kurumu
- TÜMSİAD Tüm Sanayici ve İş Adamları Demeği
- TÜSİAD Türk Sanayicileri ve İş Adamları Demeği
- URAK Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Demeği
- WTO Dünya Ticaret Örgütü

Adıyaman Hazır Giyim Konfeksiyon Raporunun hazırlanmasında değerli katkılarını esirgemeyen T.C. İpekyolu Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu ve Kalkınma Kurulu Üyelerine ve bu raporu hazırlayan Adıyaman Yatırım Destek Ofisi uzmanı Pınar DUMAN'a teşekkür ederiz.

T.C. İpekyolu Kalkınma Ajansı Genel Sekreterliği



İPEKYOLU KALKINMA AJANSI

Adres : İncilipınar Mahallesi Muammer Aksoy Bul.

Vakıflar Güven İş Merkezi Kat: 1-2-3 Şehitkamil / GAZİANTEP

Telefon : +90 342 231 07 01-02

Faks : +90 342 231 07 03

e-posta : bilgi@ika.org.tr - ppkb@ika.org.tr



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

I. GİRİŞ

Tekstil ve hazır giyim sektörü, elyaf ve ipliği kullanım eşyasına dönüştürecek süreçleri kapsayan işlemleri içerir. Birbirleri ile olan yakın ilişkileri çoğu zaman diğerinin yerine kullanılabilen iki terim olarak düşünmeye neden olmaktadır. Ancak elyaftan, iplik ve mamul kumaşa kadar olan kısım tekstil ise bu kumaşlardan giyilmek üzere üretilmiş tüm dış ve iç giysiler ile bunların aksesuarları hazır giyim ve konfeksiyon sektörü içinde değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin coğrafi konumu, işgücü, hammadde, pazarlama ve lojistik faktörleri tekstil ve hazır giyim sektörüne büyük bir rekabet üstünlüğü kazandırmakta ve bu üstünlük Türkiye'nin gelişiminde ve kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Dünya tekstil ve hazır giyim sektörleri ihracatı içinde ortalama %3,5 paya sahip olan Türkiye, dünyanın altıncı büyük hazır giyim ihracatçısı ve Avrupa'nın ikinci büyük hazır giyim tedarikçisidir. Hazır giyim sektörünün Türk dış ticaretinde yarattığı ivme ve ekonomiye katkısı; bu sektörü, Türkiye'nin 'lokomotif sektörü' durumuna getirmiştir. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından açıklanan verilere göre, 2014 yılında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 18.7 milyar dolar olup bu oranın Türkiye geneli ihracatındaki payı %12'ye tekabül etmektedir.

Son yıllarda ihracatın artmasına rağmen, sektördeki küçük firma çokluğu, taşeron işletmeler, sektörde uzmanlaşmada sınırların çizilememesi, sektörün emek yoğun yapısı ve küresel düzeyde işçilik maliyetlerinde yaşanan yoğun rekabet kayıt dışı istihdama sebep olmaktadır. Bu nedenle sektördeki gerçek istihdam sayısını belirlemek imkânsızdır ancak diğer sanayi sektörleri ile karşılaştırıldığında en yüksek istihdama sahip olan tekstil ve hazır giyim sektörü, sosyal bir rol üstlenerek öne çıkmaktadır.

Tekstil ve hazır giyim konfeksiyon sektörü, 2014 yılında Adıyaman ilinin ihracat gelirinin %87'sini gerçekleştirmiştir. Söz konusu sektör, ilin imalat sanayindeki toplam istihdamın %70'ini, toplam istihdamının %20'sini oluşturarak; Adıyaman'ın tüm sosyal denge ve ekonomik göstergelerini etkileyecek stratejik bir konumda bulunmaktadır. Böyle bir sektörün göz ardı edilmesi, gerilemesi Adıyaman'ın yanı sıra Türkiye'nin tüm ekonomik ve sosyal dengelerinin bozulmasına neden olacaktır. Küresel rekabet koşulları altında ve rakip ülkelerin sektöre tanıdığı pozitif katkılar göz önünde bulundurulduğunda; bu sektördeki rekabet gücünün sürdürülmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu bilgiler ışığında hazırlanan Adıyaman Hazır Giyim ve Konfeksiyon Raporu ile Onuncu Kalkınma Planı'nda yer alan "Tekstil, hazır giyim sektörlerinin müşteri odaklı, hızlı ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren, tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen, yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümü ile dünya ticaretinden daha fazla pay alan sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmak" vizyonuna ulaşmak üzere Adıyaman'da yapılması gerekenler araştırılmıştır.

Raporun birinci bölümünde dünyada hazır giyim ve konfeksiyon sanayi incelenmiş, ikinci bölümde ise ithalat ve ihracat verileri üzerinden sektörün Türkiye'deki durumu ortaya konulmuştur. Üçüncü bölümde TRCI illeri (Gaziantep, Adıyaman ve Kilis) ihracat verileri sunulduktan sonra raporun konusu olan Adıyaman hazır giyim ve konfeksiyon sanayi geçmişten günümüze irdelenerek üç yıldız analizi ve SWOT analizi ile mevcut durum tanımlanmıştır. Beşinci bölümde yapılan saha analizi ile sektörde faaliyet gösteren işletmelerin güncel bilgileri tespit edilmiştir. Altıncı bölümde tüm paydaşların katılımı ile düzenlenen çalıştay paylaşılmış, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Adıyaman'da yol haritası niteliğindeki stratejik plan aktarılmıştır. İpekyolu Kalkınma Ajansı olarak hazırlanan bu çalışma ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörü üzerinden Adıyaman'ın ekonomik ve sosyal gelişimini hızlandırmak ve rekabet gücünü arttırmak hedeflenmektedir.



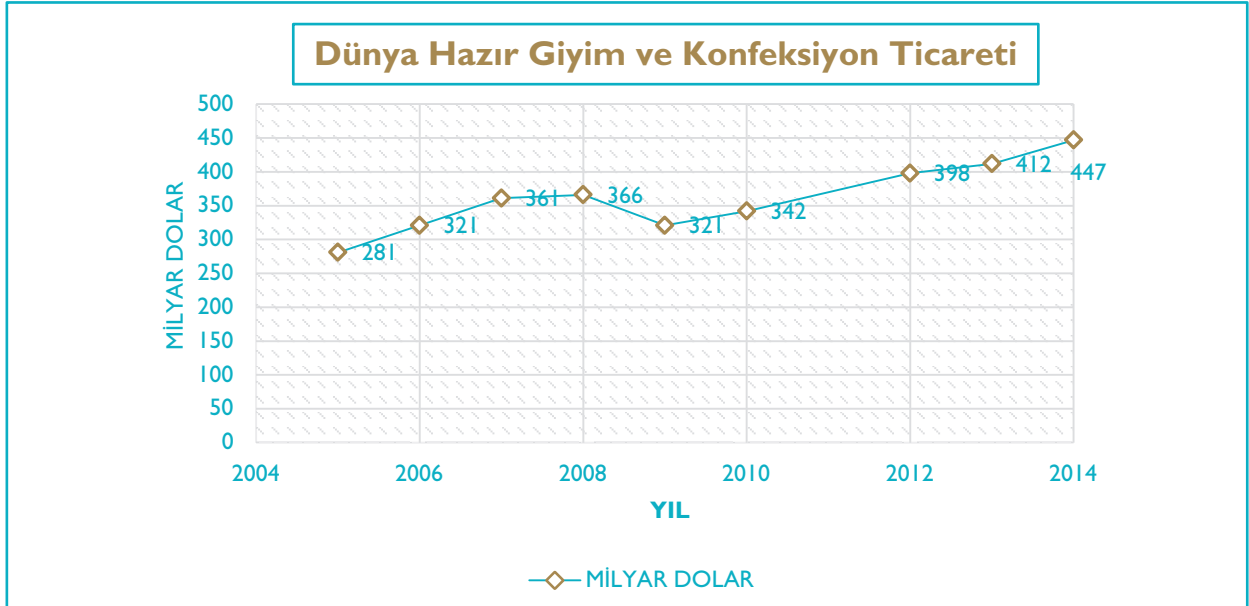
ADYAMAN
HAZIR GIYIM KONFEKSİYON
RAPORU



2. DÜNYADA HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SANAYİ

Endüstri devrimine bağlı olarak değişen sosyal koşullar ve teknolojik ilerlemeler, ısmarlama giyim ve terzilik sanatının yerini hazır giyimin almasına neden olmuştur. Sektör; İngiltere, Kuzey Amerika ve Japonya'da erken sanayileşme döneminde hayati rol oynamıştır. Ancak üretim maliyetlerinin yükselmesi ve istihdamda görülen kısıtlamalar nedeniyle tekstil üretim ve ihracatı 1970'li yıllardan itibaren gelişmekte olan ülkelere kaymıştır. 1980'lerden itibaren hız kazanan küreselleşme eğilimi tekstil ve hazır giyim sanayinde ticaret akışını hızlandırmış ve son 30 yıl içinde sektörün toplam kapasitesinin yaklaşık yarısı, gelişmiş ülkeleri terk etmiştir.

Şekil 1. Dünya Hazır Giyim ve Konfeksiyon Ticareti



Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından 1995 yılında imzalanan ve 2005 sonrası tekstil ve hazır giyim ticaretinin tamamen liberalleşmesini öngören "Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması"ni takiben 2001 yılında Çin'in WTO'ya üye olarak bu antlaşmaya taraf olması dünya tekstil, hazır giyim sektörlerinde yeni bir dönem başlatmış ve 2000'li yılların üretim merkezi olan Çin, ihracatçı ve girişimci kimliğini bu dönemde kazanmıştır.



ADIYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

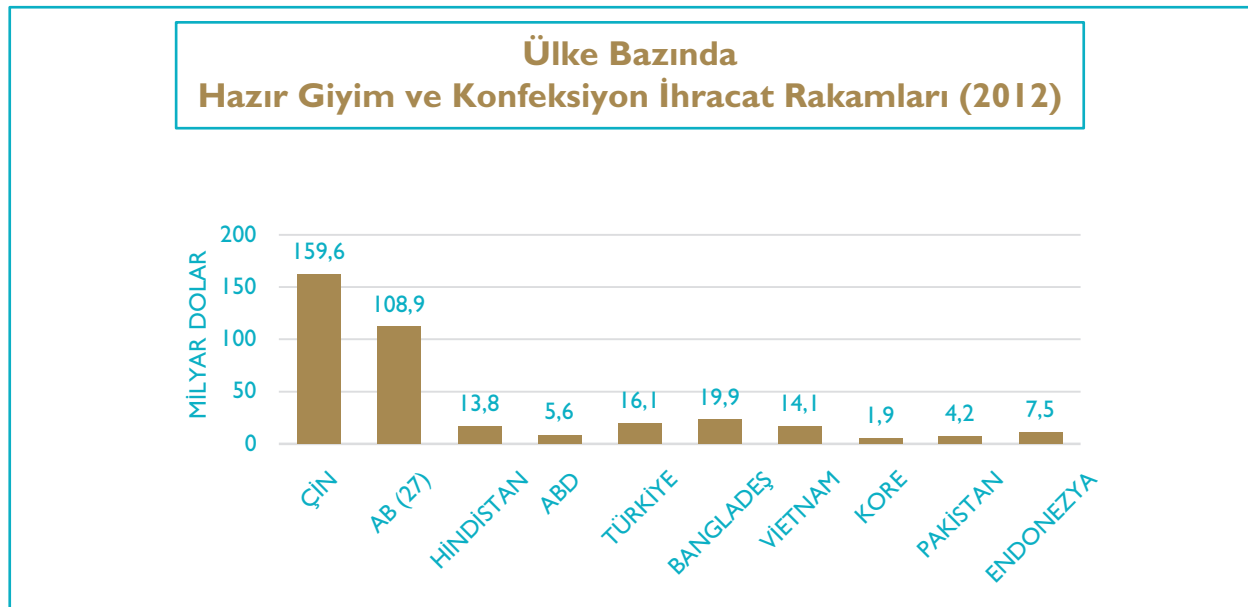
Kotasız döneme geçiş aniden yaşanan bir süreç olmamıştır. AB(28), ABD gibi gelişmiş ülkelerin kendi tekstil sanayilerini korumak ve gelişme yolundaki ülkelere eşit, adil ticaret imkânı vermek üzere uyguladıkları kotaları düzenleyen anlaşmalar yerini, 1 Ocak 1995 tarihinde yürürlüğe giren WTO kapsamında Tekstil ve Giyim Anlaşmasına bırakmıştır. On yıllık bir süreç içerisinde miktar kısıtlamalarının kademeli olarak tamamen kaldırılmasını öngören Anlaşma hükümleri uyarınca, kota uygulayan ülkeler ilk üç aşamada tekstil ve ürünlerinin %5 l'ini serbestleştirmişlerdir. 2005 yılının ilk çeyreğinde ise kotaya tabi bakiye %49 oranındaki ürünlerde WTO kurallarına entegre edilmek suretiyle serbest ticaret düzenine geçilerek son aşama tamamlanmıştır. 2005'te kotaların kalkması sonrası Çin'in payı bütün dünya pazarlarında katlanarak artmıştır. Türkiye'nin ABD pazarında tedarikçi olarak payı %1,7 oranında iken, ABD pazarında birinci sırada olan Çin'in payı %26,5, ikinci sırada yer alan AB(28) ülkelerinin payı %5,7 olmuştur. 2005 sonrasında beklendiği gibi ABD, daha ucuz ürün satan Çin pazarını tercih etmiştir¹.

2008 yılında ABD de başlayan küresel kriz 2011 yılı itibariyle AB(28) ülkelerini de etkileyerek tüketici talebinin azalmasına ve bu sektörlerde ticaretin yön değişmesine neden olmuştur. 2010-2011 yıllarında dünya ticaretinde bir toparlanma gözlemlenmiş, 342 milyar dolar olan dünya hazır giyim ticareti 2014 yılında 447 milyar dolara yükselmiştir.

Dünya hazır giyim ticaretinde yaşanan büyümeye paralel olarak, Çin'in 2012 yılı tekstil ihracatı 97,8 milyar dolara, hazır giyim ihracatı ise 159,36 milyar dolara ulaşmıştır. Çin'in dünya tekstil ihracatı içinde 2000 yılında %10 olan payını 2012 yılı sonunda %30'a, hazır giyim ihracatında 2000 yılında %18,3 olan payını 2013 yılında %36'ya yükseltmiş olması birbiriyle etkileşen iki sektörde giderek artan Çin hâkimiyetini ortaya koymaktadır.

Türkiye ise Uluslararası Ticaret Örgütü (ITC) verilerine göre, 2012 yılında dünya hazır giyim ihracatında %3,5 pay ve 16,1 milyar dolar ile 4. büyük ihracatçı konumundadır.

Şekil 2. 2012 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Rakamları



Kaynak: WTO 2013

¹ ARSLAN K., 'Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası' MUSİAD Araştırma Raporları:57, Kasım 2008





ADIYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

3. TÜRKİYE'DE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SANAYİ

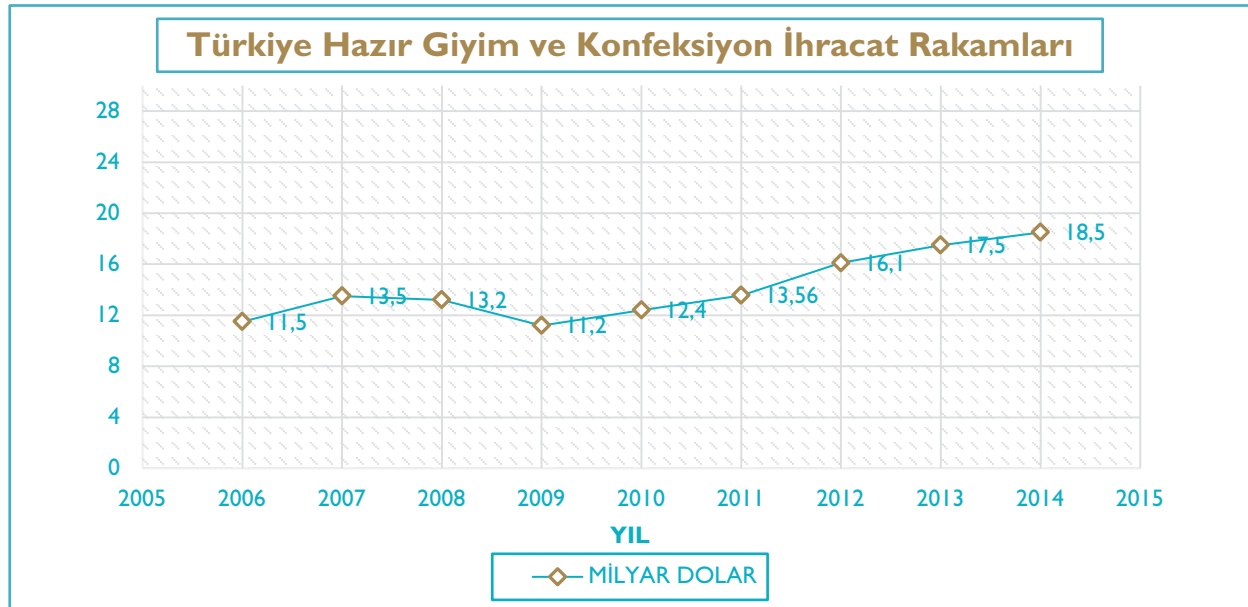
Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektörü, 2014'te 18 milyar 499 milyon 644 bin dolarlık ihracat değeri ile sanayi ihracatındaki %14,6'lık, genel ihracattaki %11,5'lik, toplam istihdamdaki %8'lik, GSYİH'deki yaklaşık %7'lik payı ile ülkemiz ekonomisinin en önemli sektörlerinden biridir.

Türk Hazır Giyim Sektörü, KOBİ ağırlıklı bir sektör olup 50 bin ile 75 bin arasında değişen işletme sayısına sahiptir. Sosyal Güvenlik Kurumu(SGK) istatistiklerine göre 918 bin kişi kayıtlı, 500 bine yakın kayıt dışı çalışmak üzere, toplam 1,5 milyon kişinin bu sektörde istihdam edildiği tahmin edilmektedir.

3.1. İHRACAT

Tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye ekonomisinin son 30 yılına en tesirli damgayı vuran ve Türkiye'nin dışa açılma serüveninde süreci belirleyen en önemli sektör olmuştur. Başlangıçta tekstil hammaddeleri ağırlıklı bir ihracat yapısı varken, zamanla yüksek katma değerli hazır giyim ve konfeksiyonun öne geçmeye başlamasıyla yapı daha sağlıklı bir hale kavuşmuştur. Ulaştığı kapasite ve yatırım büyüklükleri bakımından tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye için stratejik sektör haline gelmiştir. Türkiye, Çin'den sonra AB(28) ülkelerine en fazla tekstil ve konfeksiyon ihracatı yapan ülke konumundadır. Dolayısıyla, böyle bir sektörün ihmal edilmesi, gerilemesi zaten sınırlı bir sermaye birikimine sahip olan ülkenin tüm ekonomik, siyasi ve sosyal dengelerinin bozulmasına neden olacaktır².

Şekil 3. Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Rakamları



Kaynak: Ekonomi Bakanlığı 2015

2005 ve 2006 yılında 11,5 milyar dolar civarında gerçekleşen hazır giyim ihracatı 2007 yılında 13,5 milyar dolara yükselmiştir. 2008 yılında ise önemli pazarlarımızdan İngiltere ve ABD'ye gerçekleştirilen ihracatın sırasıyla %20 ve %40 oranlarında gerilemesi toplam hazır giyim ihracatının %2,3 düşmesine sebep olmuştur. 2008 yılında küresel krize bağlı dış talepteki daralmanın bir sonucu olarak %14,7 gerileyerek 11,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen sektörel ihracat, 2010 yılında yeniden artış göstererek 12,4 milyar dolara yükselmiştir. 2011 ve 2012 yıllarında ihracatta sırasıyla %9,4 ve %2,5 artış sağlanmıştır. 2013 yılında yaklaşık 17,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirilmiş³, 2014 yılında ise ihracat rakamı 18,5 milyar dolara ulaşmıştır.

Tablo 1. En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yapılan Ülkeler (2013-2014)

En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yapılan Ülkeler				
2013-2014 Ocak-Aralık BİRİM: ABD \$				
ÜLKELER	2013 Ocak-Aralık	2014 Ocak-Aralık	TOPL. KONF. PAY %	2013/2014 Değişim %
Almanya	3.672.551.501	3.874.401.358	20,9	5,5
İngiltere	2.150.012.379	2.467.226.333	13,3	14,8
İspanya	1.497.075.359	1.633.741.723	8,8	9,1
Fransa	1.111.324.729	1.114.246.827	6	0,3
Hollanda	901.939.734	948.190.720	5,1	5,1
İtalya	702.627.235	690.407.454	3,7	-1,7
Irak	574.136.416	668.780.127	3,6	16,5
Danimarka	494.463.740	502.343.767	2,7	1,6
Romanya	259.842.276	476.188.947	2,6	83,3
ABD	443.272.087	462.562.298	2,5	4,4
İlk 10 Ülke Toplam	11.807.245.456	12.838.089.554	69,4	8,73
Diğer Ülkeler	5.343.024.772	5.661.554.431	30,6	5,96
Toplam Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	17.150.270.228	18.499.643.985	100	7,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları 2015

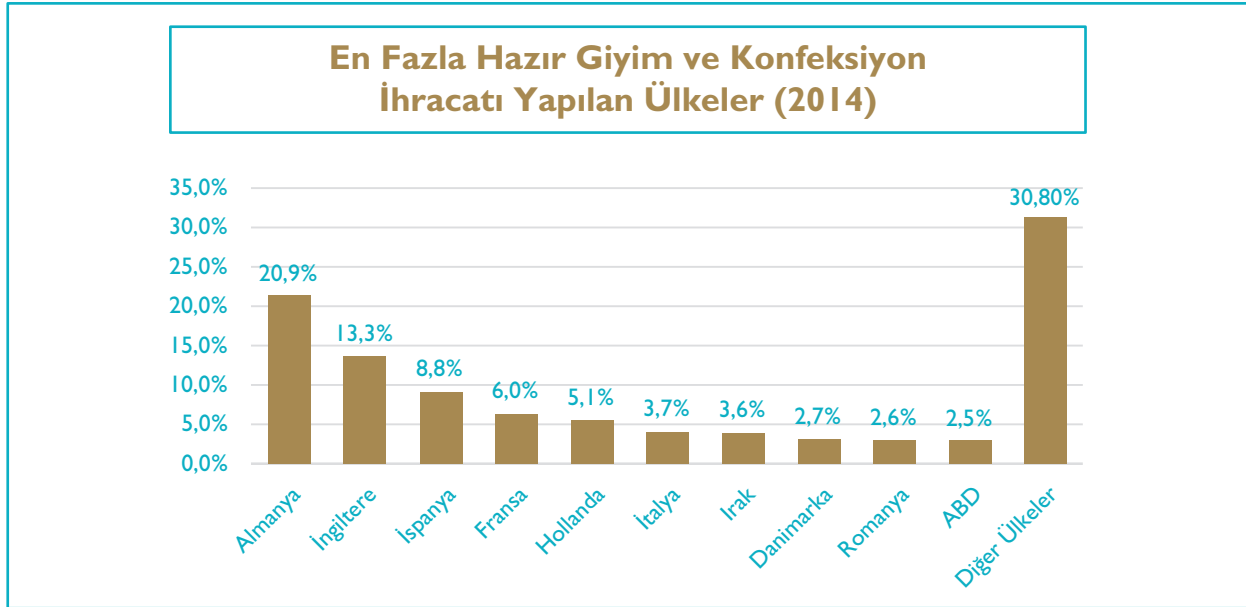
2013 yılında 203 ülkeye ihracat yapan Türkiye ihracatının yaklaşık %63'ünü AB(28) Ülkeleri'ne yapmaktadır. Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatı için AB pazarları önem taşımaktadır. Türkiye'nin en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yaptığı ülke Almanya olup Almanya'yı 2 milyar 467 milyon dolarla İngiltere, 1 milyar 633 milyon dolarla İspanya, 1 milyar 114 milyon dolarla Fransa, 948 milyon dolarla Hollanda takip etmiştir.

³ T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı tarafından hazırlanan "Hazır giyim Sektörü- Sektörel Raporlar" '2014'



ADIYAMAN HAZIR GIYİM KONFEKSİYON RAPORU

Şekil 4. 2014 yılı En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yapılan Ülkeler



2014 yılında 3 milyar 874 milyon dolarlık ihracat yapılan Almanya, uzun yıllardır Türkiye'nin en önemli hazır giyim pazarıdır. Yapılan ihracat oranı 1996 yılında %47,3 iken 2014 yılında payı %21'lere gerilemiştir.

Hazır giyim alanında Türkiye'nin en önemli rakipleri, özellikle düşük ihracat fiyatlarına sahip Uzakdoğu ülkeleridir. Son on yıldır öne çıkan Çin, AB pazarında Türkiye'nin en büyük rakibidir. 31 Aralık 2004'te Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması'nın (ATC) son bulmasıyla birlikte, tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası ticaretinde kota sistemi ortadan kalkmış, bu sektörler Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve Genel Tarifeler ve Ticaret Anlaşması (GATT) ile tamamen bütünleşmiş ve sektörlerde önemli değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır. Kısıtlamaların kalkmasıyla, başta Çin olmak üzere Asya ülkeleri, düşük fiyatlı ürün ihracatı ile rekabetin yoğunlaşmasına AB(28) ve ABD'deki pazar payımızın daralmasına neden olmuşlardır⁴.

Hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri; örme konfeksiyon mamulleri, dokuma konfeksiyon mamulleri ve diğer hazır eşya olarak üç temel ürün grubunda ele alınmaktadır. Bu üç temel ürün grubunun Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldıkları paylar farklıdır⁵.

Tablo 2. Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı

Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye'nin Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı 2012-2013 Ocak-Aralık Birim: ABD \$				
	2012	2013	2012/13	
Fasıl	Ürün Grubu	OCAK-ARALIK	OCAK-ARALIK	% Değişim
61	Örme Giyim ve Aksesuarları	8.497.885	9.303.154	9,5
62	Örülmemiş Giyim ve Aksesuarları	5.471.700	5.711.188	4,4
63	Mensucattan Mamul Diğer Hazır Eşya	1.925.967	2.189.704	13,7

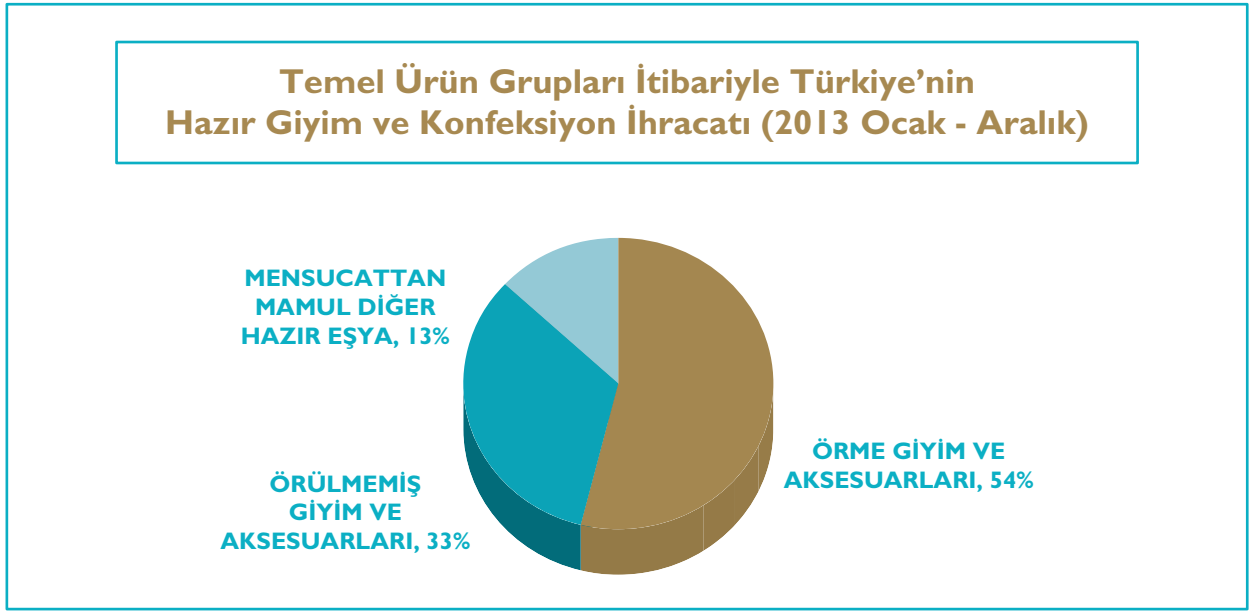
Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi/Ocak 2014

⁴ http://80.251.40.59/politics.ankara.edu.tr/ozer/Makalelerim/Hazir_Giyim_Sektoru.pdf

⁵ ARSLAN K., 'Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası' MUSIAD Araştırma Raporları:57, Kasım 2008

2013 yılında yapılan 17 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı içerisinde örme konfeksiyon mamullerinin payı %54,1'dir. Örme konfeksiyon mamulleri ihracatı 2012 yılına kıyasla 2013 yılında %9,5 oranında artarak 9.3 milyar dolar değere ulaşmıştır. Örülmemiş giyim ve aksesuarları mamullerinin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı içerisindeki payının %33,2 ve mensucattan mamul diğer hazır eşyaların payının %12,7 olduğu görülmektedir.

Şekil 5. 2013 Yılı Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı



Türkiye 2013 yılında 8 milyar 936 milyon dolarla toplam sektör ihracatının yüzde 51'ini oluşturan kadın dış giyim ürünleri; 3 milyar 544 milyon dolarla erkek dış giyim, 1 milyar 398 milyon dolarla giyim aksesuarları, 1 milyar 300 milyon dolarla pamuklu ev tekstili, 491 milyon dolarla diğer hazır eşya ürünlerini ihraç etmiştir.

3.2. İTHALAT

Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörüyle uluslararası pazarlarda rekabetçi kalabilmek adına, yerli üretimin yanı sıra yurt dışından ithal edilmiş elyaf, iplik ve kumaş gibi tekstil materyallerini de kullanmakta ve dünyanın birçok bölgesine ihracat yapmaktadır. Yapılan ithalat ya tekstil sanayi ya da konfeksiyon sanayi için hammadde ve ara malı niteliğindedir. Bu bakımdan ihracat performansında ithalatın etkisi göz ardı edilemez⁶.

Türkiye'nin hazır giyim ithalatı, 2005 yılında kotaların kaldırılması süreciyle birlikte, özellikle 2007 yılından itibaren hızla yükselmeye başlamış ve 2011 yılı itibariyle 2,9 milyar dolara ulaşmıştır. Ancak 2012 yılında %20,9 oranında gerileyerek 2,3 milyar dolar seviyesinde olan sektör ithalatı, 2013 yılında ise yeniden artış göstererek yaklaşık 2,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin 2013 yılının Ocak-Kasım döneminde en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ülkelere ilişkin istatistikî bilgi, Tablo 3'te verilmektedir.



ADIYAMAN HAZIR GIYİM KONFEKSİYON RAPORU

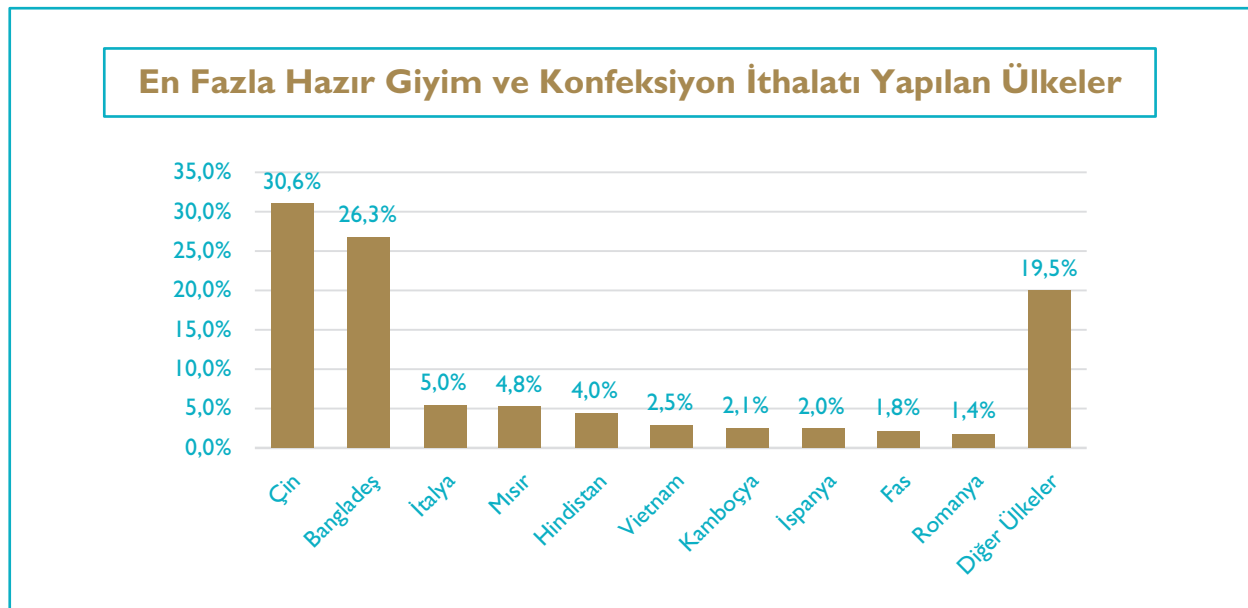
Tablo 3. En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yapılan Ülkeler(2012-2013 Ocak-Kasım)

En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yapılan Ülkeler 2012-2013 Ocak-Kasım BİRİM: ABD\$				
ÜLKELER	2012 Ocak-Kasım	2013 Ocak-Kasım	2012/2013 Değişim %	Toplamda Pay %
1. Çin	812.181.561	840.856.973	4	30,6
2. Bangladeş	514.731.751	722.981.577	40	26,3
3. İtalya	129.126.150	137.089.926	6	5
4. Mısır	87.298.966	131.920.973	51	4,8
5. Hindistan	99.933.485	108.903.205	9	4
6. Vietnam	56.297.427	68.000.387	21	2,5
7. Kamboçya	31.565.533	58.626.317	86	2,1
8. İspanya	50.298.784	53.821.903	7	2
9. Fas	37.139.401	50.244.728	35	1,8
10. Romanya	29.741.195	39.613.535	33	1,4
İlk 10 Ülke Toplam	1.848.314.253	2.212.059.524	19,6	80,5
Diğer Ülkeler	493.036.359	537.698.932	9,05	19,5
Toplam Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı	2.341.350.612	2.749.758.456	17	100

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi/Ocak 2014

2013 Ocak-Kasım döneminde, en fazla ithalat yapılan ilk on beş ülkeden on dördünde %4 ile %86 arasında değişen oranlarda artış görülürken, sadece Mersin Serbest Bölge'de %10'luk düşüş görülmüştür. Türkiye'nin hazır giyim ithalatında 1.sırada Çin, 2.sırada Bangladeş ve 3.sırada İtalya yer almaktadır. Bunun yanı sıra; 2013 Ocak-Kasım döneminde en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal edilen ilk on beş ülke arasında ithalatın en yüksek oranlı arttığı ülkeler Kamboçya, Mısır ve Bangladeş olmuştur⁷.

Şekil 6. En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yapılan Ülkeler



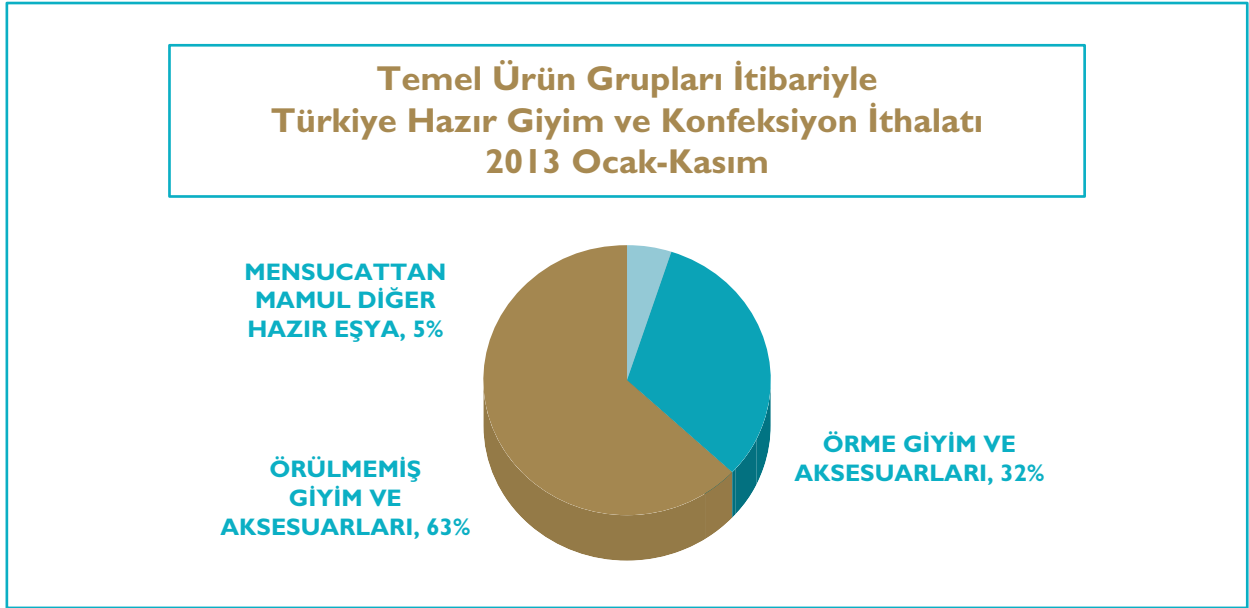
Tablo 4. Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı

Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye'nin Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı 2012-2013 Ocak-Kasım Birim: ABD \$				
	2012	2013	2012/13	
Fasıl	Ürün Grubu	OCAK-KASIM	OCAK-KASIM	Değişim %
61	Örme Giyim ve Aksesuarları	787.671.004	870.384.410	11
62	Örülmemiş Giyim ve Aksesuarları	1.406.063.439	1.728.601.048	23
63	Mensucattan Mamul Diğer Hazır Eşya	147.616.169	150.772.998	2

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi/Ocak 2014

Ürün bazında ithalatta ise, hazır giyim ihracatında görülen artışa bağlı olarak, hazır giyim ve hazır eşya sektörünün ihtiyaçları doğrultusunda şekillenmektedir. Genel olarak bakıldığında 2013 Ocak-Kasım döneminde sektörel ithalatta dokuma konfeksiyon mamullerinin payı %63; örme konfeksiyon mamullerinin payı %32 ve hazır eşyaların payı %5 düzeyindedir.

Şekil 7. Temel Ürün Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı



⁷ T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı tarafından hazırlanan "Hazır giyim Sektörü- Sektörel Raporlar" '2014'



ADİYAMAN
HAZIR GİYİM KONFEKSİYON
RAPORU



4. TRC I BÖLGESİ'NDE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON SANAYİ

Türkiye'de 2013 yılında yapılan toplam 17,4 milyar dolar değerinde olan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının %74,9'luk kısmı İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği tarafından gerçekleştirilmiştir.

Tablo 5. İhracatçı Birlikleri Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Kaydı

İhracatçı Birlikleri Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Kaydı							
Birim: 1.000 ABD \$							
	Aralık			1 Ocak-31 Aralık			
	2012	2013	Değişim %	2012	2013	Değişim %	Pay %
İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhr. Birl.	1.041.548	1.048.615	0,7	12.266.285	13.008.372	6	74,9
Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhr. Birl.	103.587	108.200	4,5	1.161.775	1.268.726	9,2	7,3
Denizli İhr. Birl. (hazır giyim kaydı)	89.399	106.096	18,7	998.388	1.179.334	18,1	6,8
Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhr. Birl.	54.899	56.063	2,1	645.435	694.358	7,6	4,0
Güneydoğu Anadolu İhr. Birl. (hazır giyim kaydı)	27.637	42.093	52,3	381.138	521.622	36,9	3,0
Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhr. Birl.	25.844	25.917	0,3	229.426	281.704	22,8	1,6
Diğer Birlikler	14.993	19.803	32,1	185.464	244.450	31,8	1,4
Doğu Anadolu İhr. Birl. (hazır giyim kaydı)	8.383	11.563	37,9	149.546	137.458	-8,1	0,8
Antalya İhr. Birl. (hazır giyim kaydı)	1.846	6.626	258,9	20.636	36.609	77,4	0,2
TOPLAM Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Kaydı	1.368.136	1.424.976	4,2	16.038.093	17.372.633	8,3	100

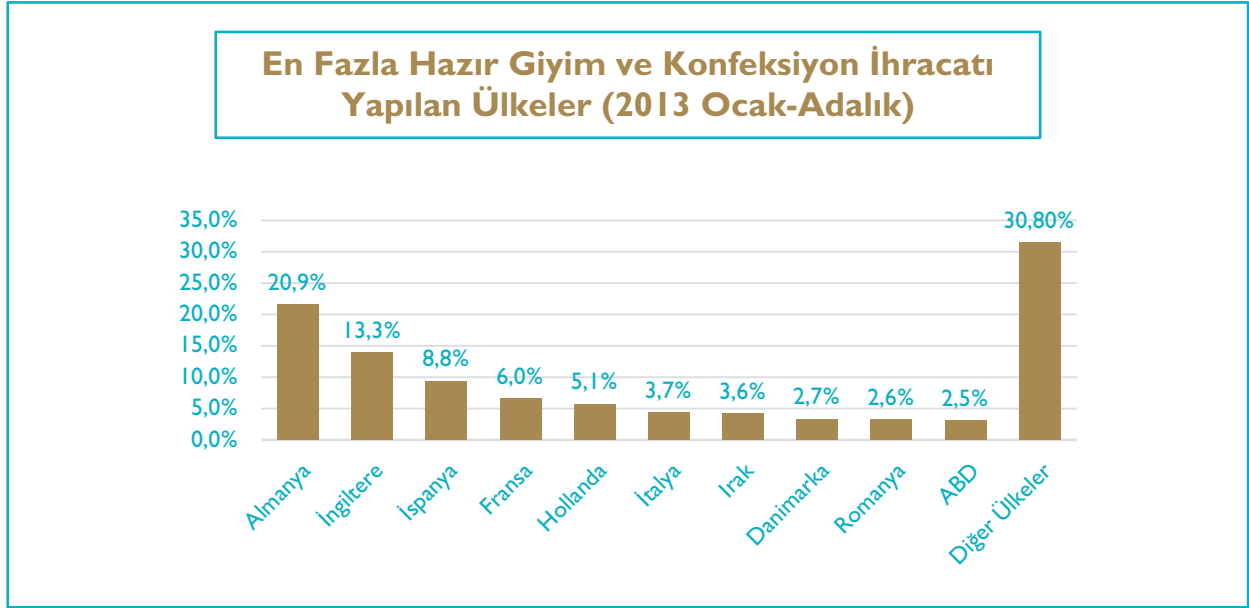
Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları

Sektör ihracatının beşte dördünü karşılayan Marmara Bölgesi'nin diğer şehirlerinden birisi olan Bursa'nın ihracat payı %4'tür. İhracatın %14,1'ini sağlayan Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği'nin şehirlerinden İzmir ve Denizli'nin payı ise sırasıyla %7,3 ve %6,8'dir. Bununla birlikte; Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçılar Birliği'nin ihracattaki payı %1,6 olup Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği'nin payı ise %0,8'dir. Geriye kalan %3'lük pay ise Gaziantep, Kilis ve Adıyaman illerimizi de kapsayan Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği'ne aittir.



ADIYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Şekil 8. İhracatçı Birlikleri Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Kaydı (2013 Ocak-Aralık)



Türkiye geneli hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ihracatı iller bazında incelendiğinde; ilk on sırada İstanbul, İzmir, Denizli, Bursa, Tekirdağ, Mardin, Gaziantep, Kırklareli, Malatya ve Adana illerinin yer aldığı; TRCI Bölgesi'nin diğer illeri olan Adıyaman ve Kilis illerinin ise sırasıyla 16. ve 27. sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo 6. İl Bazında 2013 Ocak-Aralık Hazır Giyim İhracat Değeri

İL BAZINDA 2013 OCAK-ARALIK HAZIRGIYIM İHRACAT DEĞERİ BİRİM: ABD\$			
SIRA	İL ADI	İHRACAT	2013 PAY%
1	İSTANBUL	12.754.487.448	73,42
2	İZMİR	1.253.948.110	7,22
3	DENİZLİ	1.172.525.657	6,75
4	BURSA	659.247.962	3,79
5	TEKİRDAĞ	184.689.015	1,06
6	MARDİN	184.129.582	1,06
7	GAZİANTEP	127.466.176	0,73
8	KIRKLARELİ	98.441.970	0,57
9	MALATYA	95.480.213	0,55
10	ADANA	86.736.181	0,50
...
16	ADIYAMAN	47.021.493	0,27
...
27	KİLİS	11.217.308	0,06
...

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları

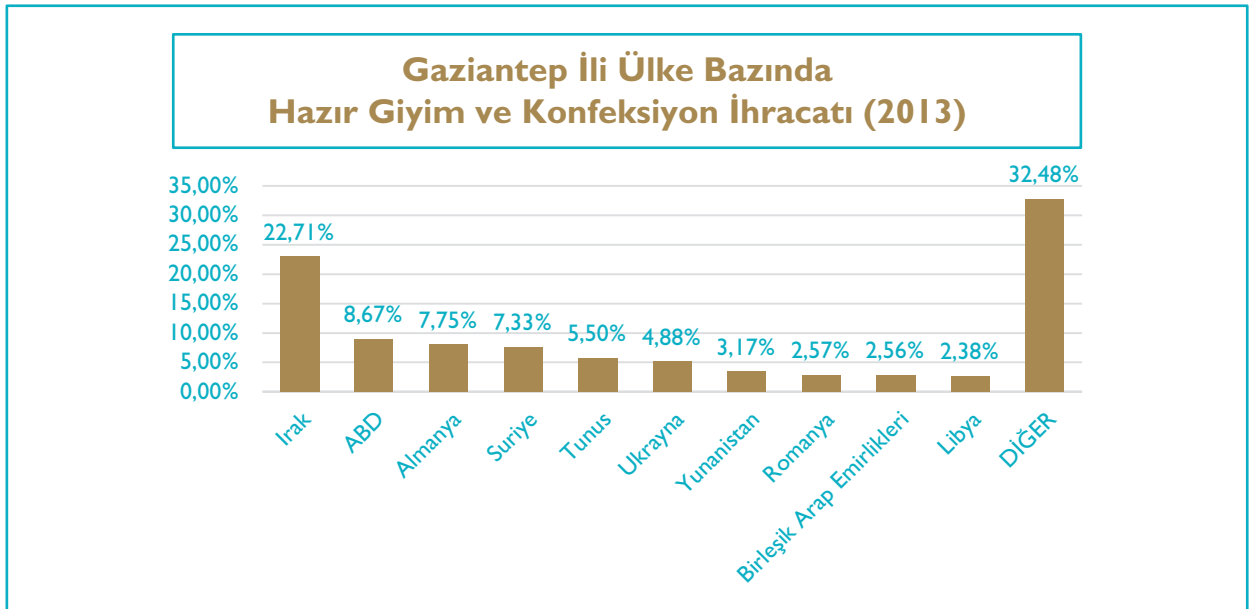
4.1. GAZİANTEP İLİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

Tablo 7. Gaziantep İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler (2013 Ocak-Aralık)

Gaziantep İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler 2013 Ocak-Aralık BİRİM: ABD\$		
ÜLKELER	2013 Ocak - Aralık	Toplamda Pay %
1. Irak	28.941.795	22,71
2. ABD	11.055.948	8,67
3. Almanya	9.876.892	7,75
4. Suriye	9.344.776	7,33
5. Tunus	6.996.798	5,49
6. Ukrayna	6.221.383	4,88
7. Yunanistan	4.039.764	3,17
8. Romanya	3.278.383	2,57
9. Birleşik Arap Emirlikleri	3.267.827	2,56
10. Libya	3.037.222	2,38
İlk 10 Ülke Toplamı	86.060.788	67,52
Toplam Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	127.466.176	100,00

TRCI Bölgesi'ne ait hazır giyim ihracatın 127,5 milyon dolarlık değeri ile en büyük payına sahip olan Gaziantep ili 2013 yılında 100'den fazla ülke ile ihracat yapmış olup bu ihracatta %23'lük pay ile Irak birinci sıradadır. Irak'a yapılan ihracatın yaklaşık 13 milyon doları ev tekstili, 9,5 milyon doları hazır eşya, 4 milyon doları dış giyim ve yaklaşık 1,5 milyon doları ise bebe giyim ve eşya ürünüdür.

Şekil 9. Gaziantep İli 2013 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı





ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

4.2. ADİYAMAN İLİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

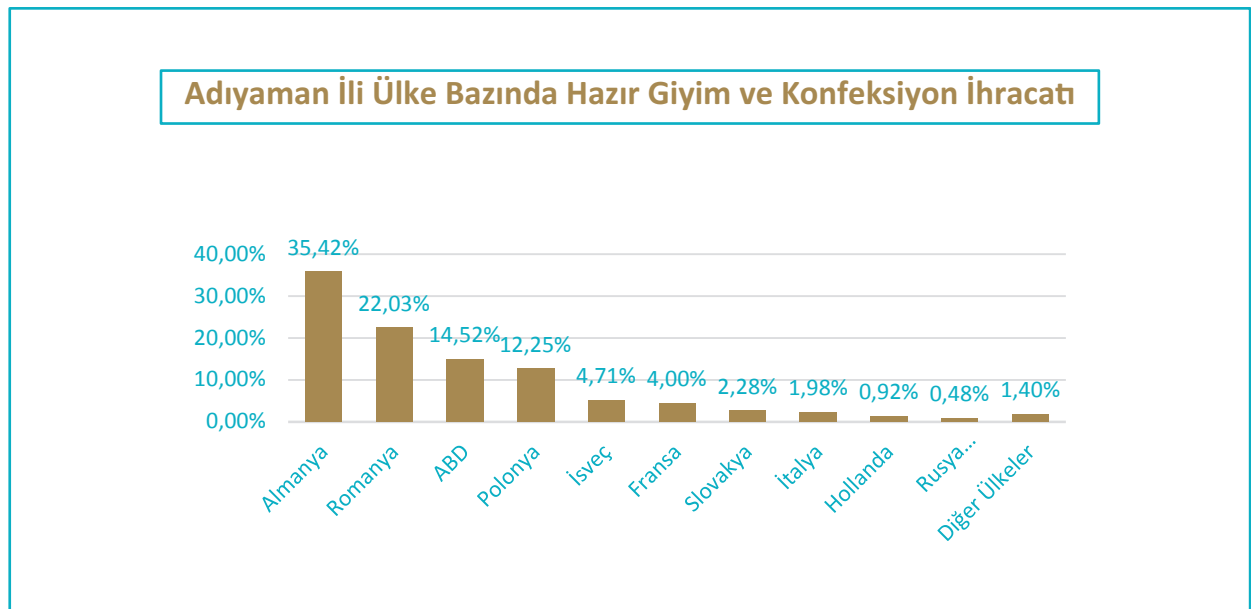
Tablo 8. Adiyaman İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler (2013 Ocak-Aralık)

Adiyaman ili Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler 2013 Ocak-Aralık BİRİM: ABD\$		
ÜLKELER	2013 Ocak - Aralık	Toplamda Pay %
1. Almanya	16.654.034	35,42
2. Romanya	10.360.225	22,03
3. ABD	6.829.102	14,52
4. Polonya	5.759.657	12,25
5. İsveç	2.214.672	4,71
6. Fransa	1.881.023	4,00
7. Slovakya	1.070.878	2,28
8. İtalya	933.286	1,98
9. Hollanda	433.163	0,92
10. Rusya Federasyonu	225.208	0,48
11. Diğer ülkeler	660.245	1,40
Toplam Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	47.021.493	100,00

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları

TRCI Bölgesi'ne ait ihracatın %25'lik payına sahip Adiyaman ili 2013 yılında 21 ülke ile ihracat yapmış olup ihracatının %36'lık kısmını Almanya ile yapmıştır. Yapılan ihracatın yaklaşık 12,5 milyonluk değeri konfeksiyon bayan dış giyim ürün çeşidine aittir.

Şekil 10. Adiyaman İli 2013 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı



4.3. KİLİS İLİ HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI

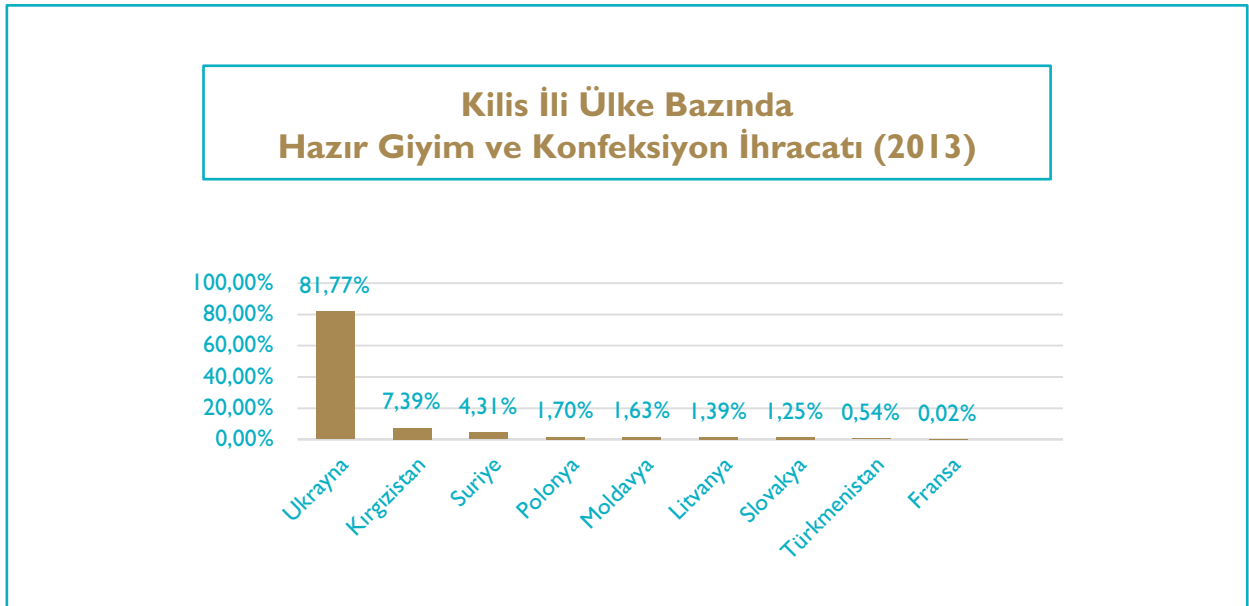
Tablo 9. Kilis İli 2013 Ocak-Aralık Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler

Kilis İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler 2013 Ocak-Aralık BİRİM: ABD\$		
ÜLKELER	2013 Ocak - Aralık	Toplamda Pay %
1. Ukrayna	9.172.079	81,77
2. Kırgızistan	828.606	7,39
3. Suriye	483.407	4,31
4. Polonya	190.267	1,70
5. Moldavya	183.630	1,64
6. Litvanya	156.654	1,40
7. Slovakya	140.109	1,25
8. Türkmenistan	60.613	0,54
9. Fransa	1.943	0,02
Toplam Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı	11.217.308	100,00

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları

Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği'nden elde edilen verilere göre TRCI Bölgesi'ne ait 185 milyon 705 bin dolarlık ihracatın 11 milyon 217 bin doları Kilis iline aittir. Kilis ili hazır giyim ihracatının %82'lik payını Ukrayna ile yapmış olup yapılan ihracatın yaklaşık 8 milyonluk değeri konfeksiyon dış giyim ürün çeşidine aittir. Kilis ili 2013 yılında toplam 9 ülke ile ihracat yapmıştır.

Şekil 11. Kilis İli 2013 Yılı Ülke Bazında Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı





ADİYAMA
HAZIR GİYİM KONTROL SİYON
RAPORU

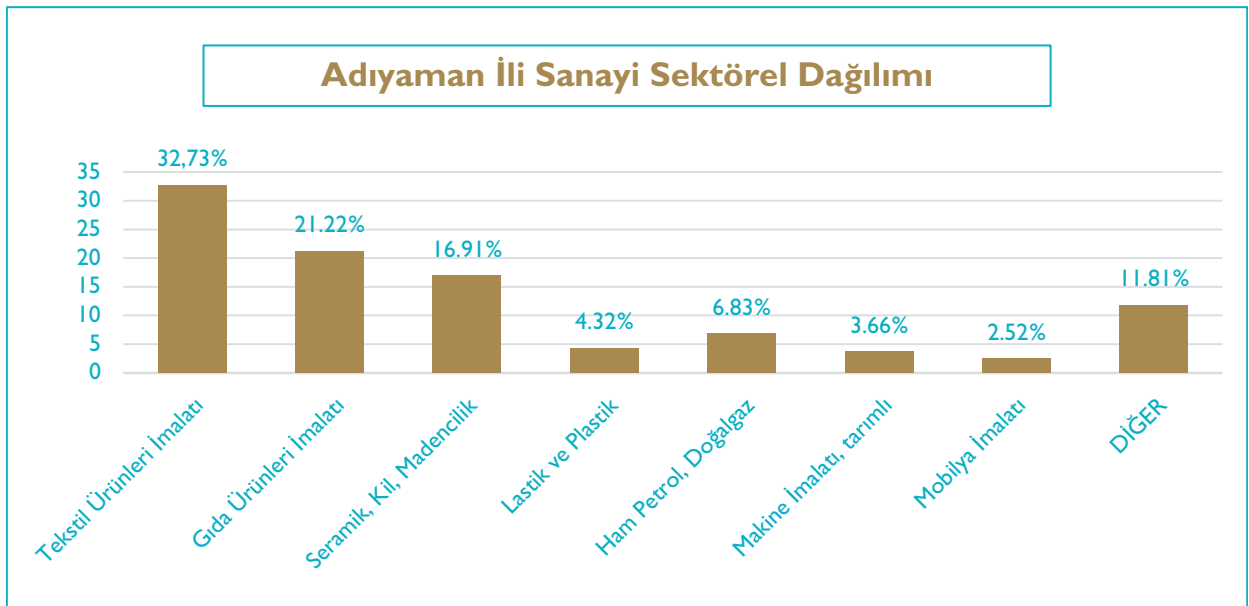
5. ADIYAMAN İLİNDE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SANAYİ

Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik sıralamasında (SEGE 2011) 66. sırada bulunan Adıyaman ili; sanayi ile 1955 yılında 'Adıyaman Pamuklu Dokuma Sanayi Türk Anonim Şirketi'nin kurulmasıyla tanışmıştır. 1955 yılında inşaatına başlanan ve 1960 yılında kesin kabulü yapılan fabrika aynı yılın Eylül ayında mevcut hükümetin fabrikayı terk listesine alması sebebiyle üretime geçememiş, terk kararının 1963 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla kaldırılması sonrası 1967 yılında deneme üretimine başlanabilmiştir. Sümerbank İplik Fabrikası olarak adlandırılan bu tesis aynı zamanda Adıyaman ilinde ilk fabrika tipi sanayi tesisi olma özelliği kazanmıştır. 1991 yılında Adıyaman Organize Sanayi Bölgesi'nin inşaat çalışmalarına başlanması da ilde sanayinin gelişmesi yönündeki faaliyetleri hızlandırmış, ili modern sanayi hamlelerinin yaşandığı bir döneme taşımıştır. Sanayi yatırımlarının başlangıçta devletçe daha fazla desteklenmesi, ardından özel sektörün de sanayi yatırımlarına yönelmesi çok sayıda yeni işletmenin temellerinin atılmasına zemin hazırlamıştır.

1990'lı yılların sonlarına kadar, başta gıda sanayi olmak üzere tarıma dayalı sanayi işletmeleri yoğunlukla yer alırken, bu dönemden itibaren tekstil imalat kolu Adıyaman'da öne çıkmaya başlamıştır. Adıyaman'da tekstil sektörünün gelişmesinde, başta İstanbul olmak üzere büyük şehirlerde tekstil alanında deneyim kazanan yöre insanlarının kendi memleketlerine yatırım yapma istekleri etkili olmuştur. Özellikle düşük işgücü maliyetleri ve enerji teşvikleri de burada işletme kurmayı cazip hale getirmiştir. Ancak ildeki tekstil sanayi doğrudan ihracata yönelik olmaktan ziyade daha çok büyük şehirlerde faaliyet gösteren şirketlerin fason işlerini yapma niteliğindedir. Tekstil ana sanayi kolu içinde alt faaliyetlere bakıldığında hazır giyim üretimi gerçekleştiren işletmelerin ağırlıkta olduğu görülmektedir.⁸

2013 yılında Adıyaman ilinde değişik alan ve sektörde sanayi sicil belgesi almış 245 işletme mevcut olup, toplam 278 işletmede 10.271 kişi istihdam etmiştir. Yine aynı yıl il genelinde sanayi işletmelerinin sektörel dağılımına baktığımızda ise, %32,73'lük oranla Tekstil ürünleri imalatının ilk sırada geldiği görülmektedir.⁹

Şekil 12. Adıyaman İli Sanayi Sektörel Dağılımı



⁸ BAKIRCI, Muzaffer. "Adıyaman'da İmalat Sanayinin Gelişimi ve Yapısı." *Türk Coğrafya Dergisi* 5,59,Y.2012, s.45-58

⁹ T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan "Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörler Raporu- Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi" '2014'



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Buna ek olarak, Adıyaman ilinin toplam istihdamının %20'sini hazır giyim sektöründe çalışanlarının oluşturması, tekstil ve konfeksiyon sektörünün istihdam yaratan önemli sektörler arasında yer aldığını göstermektedir. Bu veriler ışığında; sektöre dair ilin ekonomik kalkınmasında ihracata yönelik sürükleyici bir faktör olacağını söylemek mümkündür.

5.1.KÜMELENME YAPISI

Kümeleme “aynı sektörde faaliyet gösteren, aralarında işbirliği ve aynı zamanda rekabet olan işletmelerin, onlara mal/hizmet sunan tedarikçilerin, ilgili kurumsal yapıların (üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar, gibi) aynı coğrafi bölgede yoğunlaşmaları” olarak tanımlanmaktadır. Kümelenen firmaların rekabet avantajı yaratabilmesi açısından birçok avantajından bahsedilebilir. Örneğin, kümede yer alan firmalar mevcut bir uzmanlaşma seviyesine ulaşmış ve deneyimli işçi havuzuna ulaşabilir, işe alımlardaki maliyetleri azaltabilir. Kümeler, iş fırsatları sunduğu ve iş gören devri riskini azalttığı için uzman iş görenleri daha kolay çeker, bu da bazı sanayiler için önemli bir avantajdır. Bir kümenin parçası olmak firmalara girdi kaynaklarını bulmada, bilgiye, teknolojiye ve gerekli kurumlara ulaşmada, ilgili şirketlerle koordinasyonda, gelişmeyi ölçmede ve motive etmede daha verimli çalışma imkânı verir. Her türlü bilgi küme içinde birikir ve her üye bunlara ulaşma hakkına sahip olur. Buna ilaveten kişisel ilişkiler ve topluluk bağları, güven sağlar ve bilgi akışını kolaylaştırır. Bu şartlar firmalar arasında bilgi transferini mümkün kılar. Kümenin üyeleri karşılıklı olarak bağımlı olduklarından birinin iyi performansı diğerlerinin başarılarını da etkileyebilir¹⁰. Bir arada bulunan firmalar birbirlerini tamamlama özellikleri sayesinde zamanında üretim gerçekleşir. Siparişten sevkiyata kadar tüm süreçler hızlanır. Destek faaliyetlerini yakından temin ederler. Nakliye, stoklama gibi fonksiyonlar ekonomik şekilde gerçekleşir¹¹.

Türkiye’de kümeleme çalışmaları, 1999 yılında, Michael Porter’in yönettiği Ortadoğu Rekabet Stratejileri Merkezi ve Türk özel sektörünün desteği ile oluşturulan ‘Türkiye’nin Rekabet Avantajı (Competitive Advantage of Turkey - CAT) platformu tarafından başlatılmıştır. CAT platformu, kurumsallaşma sürecinde bir demeye dönüşerek ‘Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Demeyeği (URAK)’ adını almıştır. URAK, benzer çalışmaları yürütmeyi sürdürmektedir. Belirli sektörlerde ve bölgelerde kümeleme çalışmaları yaparak rekabet stratejilerinin hazırlanmasını ve hayata geçirilmesini amaçlayan URAK çalışmaları Turizm, Tekstil, Bilişim gibi geniş bir sektörel yelpazeyi kapsamaktadır. Avrupa Birliğine Katılım Öncesi Mali Yardım Programı çerçevesinde sağlanan fonların bir kısmının çeşitli sektörlerde kümeleme çalışmalarına ayrılması ile Türkiye’de kümeleme ve küme geliştirme çalışmaları 2004 yılından itibaren hız kazanmış ve birçok çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların en önemlilerinden birisi de AB, Birleşmiş Milletler Kalkınma Fonu (UNDP) ve GAP idaresinin ortak proje yapılanması olan ‘Girişimci Destekleme Merkezi (GİDEM)’in Güneydoğu Anadolu Bölgesi merkezli başlattığı çalışmadır¹².

GİDEM’in kümeleme çalışmaları ve sektörleri şu şekildedir:

- Adıyaman’da Tekstil/ Hazır Giyim sektörü
- Mardin’de Gıda (makarna, bulgur, irmik vb.) sektörü
- Diyarbakır’da Mermer İşleme sektörü,
- Şanlıurfa’da Organik Tarıma dayalı sanayi sektörüdür.

¹⁰ PORTER, Michael, “Cluster and the New Economics of Competition”, Harvard Business Review, November –December, Y.1998, p.77-90

¹¹ KAVRAKOĞLU, İ., GEDİK S., BALKIR M. (2002), “Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayi”, TÜSIAD Yayınları, No: TÜSIAD-T/200-07/322.

¹² ALÜFTEKİN, N., YÜKSEL, Ö., TAŞ, A., ÇAKAR, G., BAYRAKTAR, F., Küresel Krizden Çıkışta Kümeleme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim sektörü örneği. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Y.2012, C.5, S.10, s.1-19.

Türkiye'deki pamuk üretiminin %60'ını karşılayan GAP Bölgesi'nin, on yıllık bir perspektifte, emek yoğun olan tekstil ve hazır giyim sektörünün merkezi haline gelmesi amacıyla Adıyaman ilinde GAP-GİDEM uzmanlarının öncü olduğu, Adıyaman Valiliği, Adıyaman Belediyesi, Adıyaman Ticaret ve Sanayi Odası, Adıyaman Üniversitesi, Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü, KOSGEB, sektörel demekler ve sektörden iş adamlarının da bulunduğu geniş bir ekiple proje yürütülmüştür.

5.2. ADIYAMAN KÜME GELİŞTİRME KOMİTESİ

Proje kapsamında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki bölgesel tekstil ve hazır giyim kümelenmesi analiz edilmiş ve Adıyaman'da emek yoğun olan ve çok fazla istihdam sağlama özelliği taşıyan tekstil ve hazır giyim sektöründe kümelenme oluşturulmuştur. Bu çalışma 2004 yılı sonunda tamamlanmış olup küme geliştirme aşamasına geçilebilmesi için "Adıyaman Küme Geliştirme Komitesi"nin kurulmasına karar verilmiştir. Adıyaman Küme Geliştirme Komitesi, sektörü temsil eden on beş kişiden oluşarak Şubat 2005'te kurulmuştur. Bir buçuk yıl boyunca yaklaşık iki ayda bir olmak üzere sürekli toplanan komite, aşağıda yer alan ve dokuz ana başlıkta anılan toplam 38 adet sektör geliştirme projelerini üretmiş ve her bir proje için sorumlu olarak bir yerel paydaş belirlenmiştir;

1. Adıyaman'da altyapı (hava alanı, yol, sulama ve enerji) imkânlarının geliştirilmesi,
2. İş gücü yeteneğinin KOSGEB, Çıraklık Okulu ve Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Eğitim Merkezi (ATEM) gibi imkânlar ile geliştirilmesi,
3. Tekstil ve hazır giyim ürünlerinin ulusal ve uluslararası pazarlarda tanıtım imkânlarının geliştirilmesi,
4. OSB ile ilgili işlemlerde stratejik veya operasyonel düzeyde tekstil ve hazır giyim ürünlerine öncelik verilmesi,
5. Adıyaman'da bu sektörde girişimciliği geliştirmek üzere eksik oyuncular için elverişli yatırım ortamının tesisi ve yatırım promosyon faaliyetleri yapılması,
6. Adıyaman'da sosyal çevrenin, sanatsal faaliyet kurumlarının, otellerin, lokantalarn tesis edilerek geliştirilmesi,
7. Adıyaman kümelenme komitesinin faaliyet ve çalışmalarını tanıtan Web sayfasının ve sektörün aktörleri arasında e-posta iletişim platformunun oluşturulması,
8. Adıyaman Üniversitesi Tekstil ve Hazır Giyim Meslek Yüksek Okulu'nun imkânları ve çalışmaları ile sektörün ihtiyaçları ve çalışmaları arasında bütünlük sağlanması
9. Adıyaman Kümelenme Komitesi'nin hukuki kimlik kazanması ve kümelenmenin sürdürülebilirliğinin sağlanmasını teminen bu programın sekretaryasını üstlenmesidir.

Bu kapsamda GİDEM Ekibi tarafından yöreye yatırımcı çekilmesini teminen sektörün ulusal ölçekte hizmet veren İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) ve Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) gibi sivil toplum kuruluşu niteliğindeki kuruluşları ile çeşitli işbirliği programları geliştirilmiştir¹³.

¹³ SAYIN, M. "Yerel Ekonomik Kalkınma Modeli Olarak GAP-GİDEM Projesi." (2006) (http://www.tepav.org.tr/sempozyum/2006/bildiri/bolum5/5_3_sayin.pdf sitesinden 14.04.2014 tarihinde erişilmiştir.)



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Adıyaman tekstil ve hazır giyim küme geliştirme programının önemli bir çıktısı da “yerel kümelenme komitesi”nin sivil toplum kimliği kazanarak dernekleşmesine katkı sağlanmasıdır. Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Kümelenme Derneği kurulduktan hemen sonra GİDEM’in yürüttüğü sektörün geliştirilmesi ile ilgili programları, ilin yerel sahibi olarak üstlenmiştir. Küme geliştirme komitesi bazı özel hazır giyim ürünlerine ilişkin İstanbul, Denizli, Çankırı illeri ile Adıyaman ilinde maliyet araştırması yürütülmesini sağlayarak karşılaştırmalı maliyet analizi çalışmasının yürütülmesini temin etmiştir. Bunun neticesinde özellikle verimlilik konusundan kaynaklanarak maliyetlerin yükseldiği belirlenmiş ve işletmelerde verimlilik yükseltilmesine yönelik bir program başlatılmıştır. Buna paralel olarak ihracat amaçlı verimlilik artırma programı olan “uluslararasılaştırma programı” da bazı işletmelerde uygulanarak verimlilik artışı ve ihracata yönelme sağlanmıştır. Yine bunların tamamlayıcısı olarak Valilik, Belediye ve KOSGEB ile birlikte kurulan Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Merkezi’nde (ATEM) bilgi ve beceri artırma eğitimleri verilmiştir. Bu eğitimler bazı işletmelerde “iş başı eğitim” yöntemi ile pekiştirilerek verimlilikte işgücünden kaynaklanan eksiklik ve açık giderilmeye çalışılmıştır (Sayın,2006).

Derneğin yürüttüğü bu program; 2011 yılına kadar 1.700 işçiye istihdam sağlamış, Adıyaman’daki işsizlik oranını erkeklerde %11, kadınlarda ise %4 oranına düşürmüştür. Bu kapsamda doğan ihtiyaçları karşılama amacıyla Adıyaman’da 18 çırçır fabrikası, 10 iplik fabrikası ve bir örme dokuma fabrikası, bir boyahane, iki adet baskı ve 4 adet nakış firmasıyla bölgedeki çalışan şirket sayısı 70’e çıkmıştır. Açılan bu fabrikalar sayesinde ildeki özel sektördeki istihdamın %70’i tekstil alanında çalışmış ve bu fabrikalarda GAP ve Tommy Hilfiger gibi dünyaca ünlü markalar üretilmiştir¹⁴.

5.3. ÜÇYILDIZ ANALİZİ & KÜMELENME ANALİZİ

Üç yıldız analizi, Avrupa Komisyonu’nca finanse edilen European Cluster Observatory¹⁵ platformu tarafından geliştirilen bir teknik olup AB(28) ve ABD’de yürütülen haritalama çalışmalarında uygulanmaktadır.

3 farklı parametre üzerinden yapılmış olan 3-yıldız yöntemi bu çalışmada Burdur ilinin rekabet geliştirilmesi için tarım sektöründeki işletmelerin yapısının incelenmesi ve kümelenme yaklaşımının araştırılması çalışmasından uyarlanmıştır¹⁶.

Bu üç temel parametre, istihdam değerlerinden elde edilmiştir. Bunlar sırasıyla büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma olup bu kriterlerin değerleri şu şekilde hesaplanmaktadır;

Büyüklük (Size)(ei/Ei) : Bölgedeki sektör verisinin, sektörün toplam (Türkiye) verisine oranı

Başatlık (Dominance)(ei/en) : Bölgedeki sektör verisinin, bölge toplam verisine oranı

Uzmanlaşma (Specialization)[(ei/en) / (Ei/En)] : Sektörün bölgedeki payının, sektörün ülkedeki payına oranını göstermektedir.

¹⁴ <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/presscenter/news-from-new-horizons/2007/05/adiyaman-hot-spot-for-clusters/> web sitesinden alındı.

¹⁵ www.clusterobservatory.eu

¹⁶ Burdur Ticaret Borsası. (2014). (http://burdurtb.org.tr/belgeler/Projeler/Borsa_BAKA_proje.pdf, 24.11. 2014 tarihinde Burdur Ticaret Borsası Resmi WEB Sitesi: www.burdurtb.org.tr adresinden alındı.

Burada;

ei : Adıyaman ilinde Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektöründe SGK'de kayıtlı çalışan aktif sigortalı sayısını,

Ei : Türkiye'de Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektöründe SGK'de kayıtlı aktif sigortalı çalışan sayısı,

en: Adıyaman ilindeki toplam SGK'de kayıtlı aktif sigortalı çalışan sayısı,

En: Türkiye'de toplam SGK'de kayıtlı aktif sigortalı çalışan sayısı,

Üç yıldız analizinde, her bir kriter (büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma) için bir eşik değer belirlenmekte ve kriterin hesaplanan değeri bu eşik değerini aşarsa, ilgili sektör bu kriterden bir yıldız almaktadır. Bölgeler bazında analiz edilen sektörler eşik değeri aştığı her kriter bazında bir yıldız aldığından, herhangi bir kriterin eşik değerini aşan sektör bir yıldız, herhangi iki kriterin eşik değerini aşan sektör iki yıldız, üç kriterde de eşik değerini aşan sektör üç yıldız almaktadır. Üç yıldız alan sektörün o bölgede "kümelenme" gösterdiği kabul edilmektedir.

Üç yıldız analizinde temel sorun, eşik değer belirlenmesidir. Eşik değer uygulanmasında genelde ilk iki kriter için (büyüklük ve başatlık) eşik değer yüzde 7 olarak alınırken, uzmanlaşma katsayısı için genellikle 1 olarak alınmaktadır. Burada bilhassa, ilk iki kriter için seçilecek değerin teorik ya da tematik bir değeri bulunmadığından, farklı çalışmalarda farklı eşik değerler kullanıldığı görülmektedir¹⁷. Adıyaman ili için yapılacak değerlendirmede ise, eşik değer belirlenmesinde daha objektif ve daha rasyonel bir değer tespit edilmesi için şu yöntem izlenmiştir:

Büyüklük kriteri için Adıyaman ilindeki Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektörü istihdam değerinin Türkiye'de Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü istihdam toplamı içindeki payı (ei/Ei) kriteri için, ülkede tekstilde istihdam olan 81 ilimiz hesaplamalara alınmıştır. Sektörün her bir il için beklenen en az değerinin (1/81=0,01234568) olması gerektiği sonucundan hareketle, bu değer büyüklük kriteri için eşik değer olarak alınmıştır

Başatlık kriteri için (ei/en), ilde 13 sektörde¹⁸ istihdam olmasından hareketle, sektörün tüm sektörler içindeki payının beklenen değeri de (1/13=0,076923) olacağından, bu değer eşik değer olarak kabul edilmiştir.

Uzmanlık katsayısı için de [(ei/en) / (Ei/En)] beklenen değer 1 olacağından (sektörün bölgedeki payının sektörün ülkedeki payına oranının eşit olması bekleneceğinden), eşik değer olarak 1 alınmıştır. Sektörlerin aldıkları yıldızlara göre kümelenme karakteristiklerinin isimlendirilmesinde; üç yıldız alan sektörler için "olgun kümeler", iki yıldız alan sektörler için "potansiyel kümeler" ve tek yıldız alan sektörler için de "aday kümeler" ifadeleri kullanılmaktadır¹⁹.

Adıyaman'da Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektörünün üç yıldız analizi aşağıdaki şekildedir; (2014 aktif sigortalı verileri Adıyaman ili için Bilim-Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü'nden alınmış olup Türkiye için TÜİK'ten elde edilmiştir.)

¹⁷ KÜÇÜKKİREMITÇİ O., (2012). "İmalat Sanayi ve Ana Sektörlerinin Performansı Yapısal ve Mekansal Özellikleri Açısından Değerlendirilmesi", Türkiye İmalat Sanayinin Analizi (2005-2010 Dönemi, 22 Ana Sektör İtibariyle) içinde. Mustafa Şimşek 26 (edt.). Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayınları Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü.

¹⁸ 13 sektör: Tekstil ürünleri imalatı-Gıda ürünleri imalatı-Seramik, Kil, madencilik ve taş ocaklığı-Ham Petrol ve Doğal Gaz, kok>Lastik ve plastik ürünleri imalatı-Makine imalatı, tarım makineleri, elektrikli makineler-Mobilya imalatı-Demir Çelik ve Demir dışı metaller-Cam-Çimento-Kımya-Gübre-Deri ve deri ürünleri

¹⁹ KÜÇÜKKİREMITÇİ O., (2012).



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Tablo 10. Adıyaman İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Kümelendirme Kriteri

HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ KÜMELENME KRİTERİ	TÜRKİYE	ADİYAMAN	SEKTÖRDEKİ İSTİHDAM		SONUÇ	DEĞERLENDİRME
			TÜRKİYE	ADİYAMAN		
İstihdam	26.313.000	42.095	763.866	5.224		
Büyüklik	0.012345679				0.00684	
Başatlık	0.076923077				0.1241	*
Uzmanlaşma	1				4.2749	*

Görüldüğü üzere Adıyaman Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektörü için yapılan üç yıldız analizinin sonucunda sektör iki yıldız olarak “ potansiyel küme” nitelmesini kazanmıştır.

5.4. SWOT ANALİZİ

Güçlü Yanlar

- Hammadde ve malzeme zenginliği
- Adıyaman'da Türkiye genelinde tanınmış tekstil markalarının üretimi yapıyor olması
- Genç ve dinamik işgücü potansiyelinin bulunması
- Modern makine parkuru ve ekipman
- Adıyaman ilinin huzur kenti olarak biliniyor olması
- Adıyaman ilinde Tekstil kümeleneşinin var olması
- Adıyaman Halk Eğitim Merkezi'nin ve İŞ-KUR'un sektöre yönelik eğitimlerinin bulunması
- Yerleşik tekstil geleneği

Zayıf Yanlar

- Üretim maliyetlerinin yüksek olması
- Firmaların verimli çalışmamasından dolayı kapasite kullanım oranının düşük olması
- Sektörde pazarlama faaliyetlerini geliştirecek etkinliklere katılımdaki yetersizlik
- Firmaların fason ağırlıklı üretim yapması
- Nitelikli işgücü eksikliği
- Küme aktörleri arasında işbirliğin ve diyalogun kurulmaması
- Adıyaman ilinin lojistik, ulaşım ve pazar ağına erişimdeki yaşadığı güçlükler
- AR-GE, kalite kontrol ve süreç otomasyonu teknolojilerinin yeterli düzeyde gelişmemiş olması

Fırsatlar

- 2011 yılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ Endeksi 5.bölgede yer alan Adıyaman ilinin teşviklerde avantaj sahibi olması
- Sektörün sürekli büyüme eğilimi ve katma değeri yüksek bir sektör olması
- Kamu kurumlarının kümelenmeyi desteklemesi
- Ulusal ve uluslararası düzeyde genel giyim ürünlerine talebin artması
- Ekonomi Bakanlığı teşviki, Ajans ve KOSGEB mali desteklerinin bulunması
- Üniversite-Sanayi işbirliğini destekleyen teşviklerin bulunması

Tehditler

- Fizibilite çalışmasına dayanmadan gerçekleşen yatırımlar
- Sigortasız işçi çalıştırmanın yarattığı haksız rekabet
- İhracatın daha çok kırılgan piyasalara bağlı oluşu
- Kotaların kalkması ve Dünya Ticaret Örgütü'ne Uzakdoğu'nun katılımıyla oluşan haksız rekabet ortamı
- İthal ürünlerin satış kanallarının gelişmesi nedeniyle iç pazar kaybı





ADİYAMAN
HAZIR GİYİM KONFEKSİYON
RAPORU

6. SAHA ÇALIŞMASI

Adıyaman ilinde hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün mevcut durumunu, işletmelerin rekabet güçlerini, sektörün bölgeye sağladığı katma değeri tespit etmek için merkez Organize Sanayi Bölgesi'nde üretim yapan 11 şirket ile detaylı bir mülakat yapılmıştır.

6.1. SAHA ÇALIŞMASININ ÖNEMİ

Bir yandan kârlılığı düşen hazır giyim sektöründe markalaşmaya ihtiyaç duyan Türk imalat sanayi, diğer yandan da Çin ve Hindistan gibi ucuz işgücü maliyetlerinin rekabeti ile karşı karşıya kalmaktadır. Firmalara rekabet avantajı sağlayan ve bölgesel kalkınmada önemli bir unsur olan kümelenme, hem büyüyen ihracatta itici güç oluşturmakta, hem de yabancı yatırımlar için cazibe merkezleri oluşturmaktadır. Bu üstünlüğe sahip olan 2005'te kurulan Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Kümelenme Derneği (ATEKS)'in yeniden etkin hale gelmesi sektörün rekabet gücünün artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

6.2. SAHA ÇALIŞMASININ AMACI

Adıyaman Hazır Giyim ve Konfeksiyon Raporu içerisindeki saha araştırmasının amacı, ilde bu sektörde üretici olan firmaların rekabet etmede karşılaştıkları güçlükleri tespit etmek, firma yöneticilerinin önerileri doğrultusunda çözüm seçenekleri sunarak hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için bir yön haritası oluşturmaktır.

6.3. SAHA ÇALIŞMASININ YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Adıyaman Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Raporu için öncelikle hem Dünya'da hem Türkiye hem de TRCI Bölgesi'nde sektörün mevcut durumu için literatür taranarak, mevcut durum tespit edilmiştir. Araştırmada sektörün geniş bir faaliyet alanına sahip olması, ulaşılabilirlik, veri toplama güçlüğü gibi karşılaşılabilecek sorunlar nedeniyle ana hedef; gömlek, pantolon, tişört, spor giyim, palto gibi dış giyim ürünleri üreten firmalarla sınırlandırılmıştır. Bu sınırlama altında araştırmada önce ATEKS'e üye olan firmaların listesi temin edilmiştir. Sonrasında bu firmalardan Adıyaman Merkez Organize Sanayi'sinde hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe hala faaliyet gösteren Adıyaman Ticaret ve Sanayi Odası'na 17 Mart 2014 tarihinde kayıtlı 46 firma örneklem havuzuna alınmıştır. Araştırmada, Adıyaman hazır giyim sektörünü temsil etmek amacıyla seçilecek örneğe girecek firmaların tesadüfi değil tamamen araştırmacının kendi seçtiği firmalardan oluşan olasılıklı olmayan örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme çeşidinden de temsilci bir örnek yerine, soruna en uygun bir ya da birkaç alt kesimi gözlem konusu yapan amaçlı örnekleme yöntemi seçilmiştir. Olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme seçilmesinin nedeni ise, ihracat yapan veya yapmayan firmaların ortak ya da farklı sorunların olup olmadığı ortaya koymaktır. Bu firmalarla irtibata geçilerek, araştırmanın amacı açıklanmıştır. 26 firmadan görüşmeyi kabul eden 11 firma yöneticileri ile kendi işyerlerinde birer saat görüşülerek mülakat uygulanmıştır. Mülakatta firmaların demografik yapılarını belirleyici ve rekabet güçlerini tespit edici soruların yanı sıra firmaların beklenmedik giderlerini de belirlemek amacıyla işletmelerin üretim maliyetlerini ölçmeye yönelik sorular da yer almaktadır. Mülakata başlamadan



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

önce firmalara anketin gizliliği hakkında bilgi verilmiştir. 10 firma yöneticisi mülakatın tüm sorularına cevap verirken, 1 firma yöneticisi firmalarının maliyet hesaplamalarına ilişkin bilgileri vermektan kaçınıp, ancak anketin diğer bölümlerle ilgili bölümlerini cevaplamıştır. Ayrıca form doldurulurken, firma yöneticilerinden Adıyaman'da sektördeki kümelenme çabalarının kazandırdıkları, teşvikle ve devletten beklenen görüşler hakkında ek bilgiler toplanmıştır.

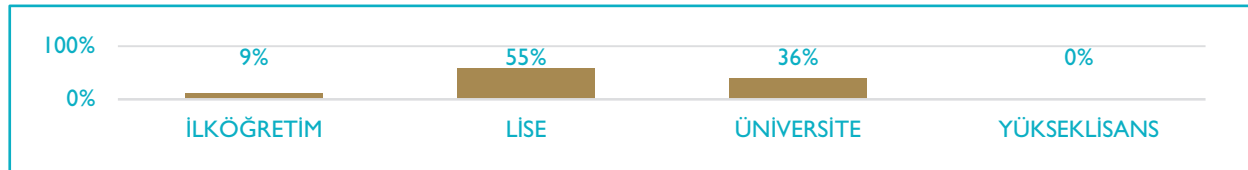
6.4. SAHA ÇALIŞMASI VERİLERİNİN ANALİZİ

Mülakatta; araştırma kapsamına alınan firma yöneticisi ve personel profilini, firma ve firmanın satış profilini, kümelenmenin kazandırdıklarını, üretime ilişkin sorunlar ve üretim sürecine ilişkin tüm aşamalardaki giderleri tespit etmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Elde edilen veriler SPSS istatistik programı ile çözümlenerek yüzde dağılımları alınmıştır. Bulgular amaçlar doğrultusunda, altı başlık altında, EXCEL tabloları halinde sunulup açıklanmıştır.

6.4.1. Firma Yöneticisi ve Personelin Profilleri

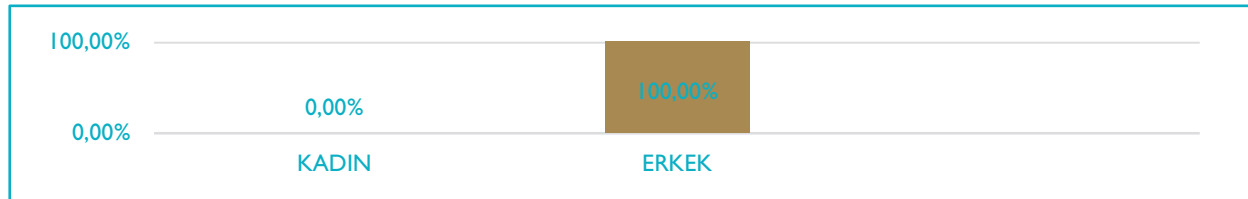
Bu bölümde firma yöneticisinin ve personellerine ait cinsiyet ve eğitim durumlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Şekil 13. Firma Yetkililerinin Eğitim Durumuna İlişkin Dağılım



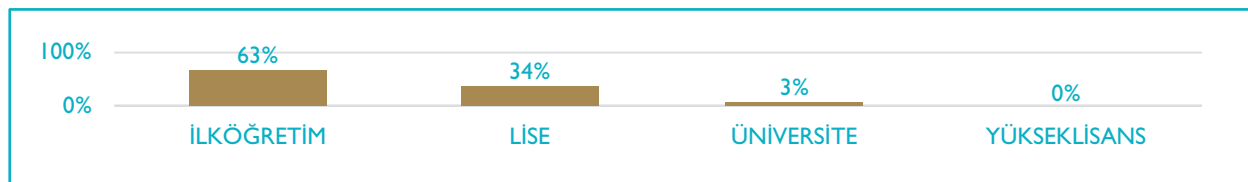
Şekil 13'e göre firma yöneticilerinin %55'inin lise mezunu olduğu, bunu %36 ile üniversite mezunu yöneticilerin izlediği anlaşılmaktadır. Bulgulardan firma yetkililerinin %9'unun ilköğretim mezunu olmasının yanı sıra yüksek lisans mezunu olan bir firma yöneticisinin olmaması dikkat çekmektedir.

Şekil 14. Firma Yöneticisinin Cinsiyetine İlişkin Dağılım



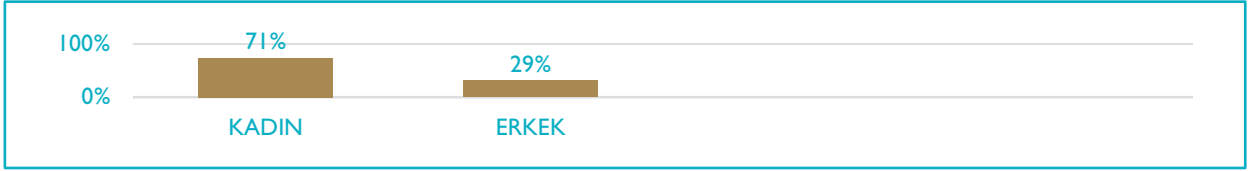
Şekil 14'te firmalarda yetkililerinin hepsinin erkek olduğu, kadın yöneticinin bulunmadığı görülmektedir.

Şekil 15. Personelin Eğitim Durumuna İlişkin Dağılım



Şekil 15'e göre firmada çalışan personelin eğitim durumları incelendiğinde yarısından çoğunun (%63) ilköğretim mezunu, %34'ünün lise mezunu olduğu görülmektedir. Bulgulardan çalışan personelin yalnızca %3'ünün üniversite mezunu olmasının yanı sıra yüksek lisans mezunu olan bir personelin olmaması dikkat çekmektedir.

Şekil 16. Personelin Cinsiyetine İlişkin Dağılım

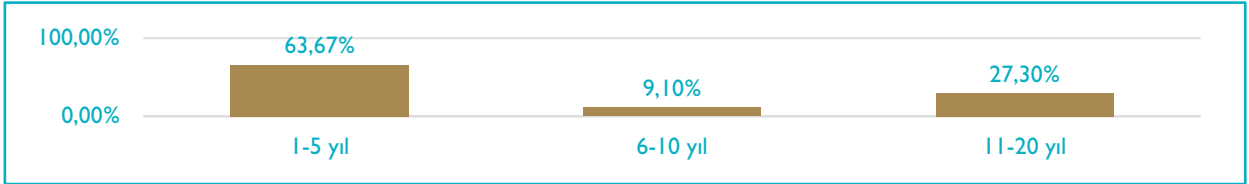


Şekil 16'ya göre firmaların personel cinsiyetine bakıldığında %71'inin kadın, %29'unun da erkek olduğu görülmektedir. Bu dağılımdan hazır giyim sektöründe daha fazla kadın çalıştığı anlaşılmaktadır.

6.4.2. Firma Profili

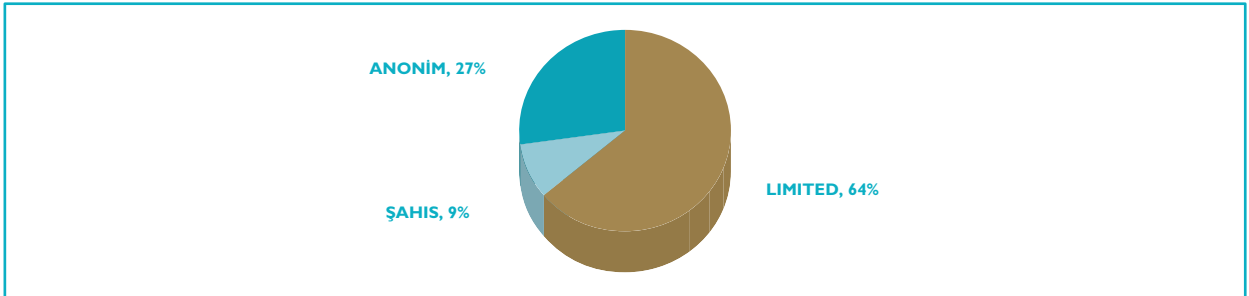
Bu bölümde firmaların kuruluş yılı, hukuki yapısı, çalışan sayısı, AR-GE departmanına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Şekil 17. Firmaların Faaliyet Yılına İlişkin Dağılım



Şekil 17'ye göre firmaların faaliyet yılı dağılımına bakıldığında %63,67'lik oranla 1-5 yıl, bunu %27,30 ile 11-20 yıl ve %9,10 ile 6-10 yılın izlediği görülmektedir. Firmaların faaliyet yıllarının 5 yılın altında yoğunlaşmasından, işletmelerin genç makine parkuru ile üretim yaptığı anlaşılmaktadır.

Şekil 18. Firmaların Hukuki Yapısına İlişkin Dağılım



Şekil 18'e göre firmaların ticari unvanlarına bakıldığında %9'unun şahıs, %27'sinin anonim şirketi olduğu görülmektedir. Bu dağılımdan firmaların büyük çoğunlukla limitet şirketi yapısında olduğu anlaşılmaktadır.



ADIYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Tablo 11. Firmada Çalışan Sayısına İlişkin Dağılım

FİRMADA ÇALIŞAN SAYISI	Katılımcı Sayısı	%
0-100 KİŞİ	3	27.3
101-250 KİŞİ	5	45.4
251-500 KİŞİ	3	27.3
TOPLAM	11	100

Araştırmaya göre, firmaların çoğunun (%45,5) 101-250 kişi ile çalıştıkları görülmektedir. Buna göre işletmelerin ortalama 189 kişi çalışanı ile 3624 Sayılı KOSGEB KOBİ Kanununa göre, orta ölçekli işletmeler olduğu söylenebilir.

Tablo 12. Firmada AR-GE Durumuna İlişkin Dağılım

FİRMADA AR-GE MEVCUTLUĞU	Katılımcı Sayısı	%
EVET	2	18.2
HAYIR	9	81.8
TOPLAM	11	100

Firmaların AR-GE çalışmalarına yönelik dağılıma bakıldığında %18,2'lik oranında mevcut çalışmaların olduğu, büyük bir çoğunluğu oluşturan %81,8'lik oranının herhangi bir AR-GE departmanına sahip olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 13. AR-GE Olmama Nedenine İlişkin Dağılım

NEDENLER	ÖNEM DERECEİ			AĞIRLIKLI	
	1	2	3	TOPLAM	%
Kaynak Yetersizliği	*	*	*	*	*
İhtiyaç Duyulmaması	8	*	*	24	88.89
Personel Eksikliği	1	*	*	3	11.11
TOPLAM				27	100

Ağırlıklı toplam=(1.derece frekansı x3+ 2.derece frekansı x2+ 3.derece frekansı x1)

İşletmelerde AR-GE olmama nedenlerine bakıldığında yaklaşık %11'lik kısmın personel eksikliğinden kaynaklandığını düşünürken, geriye kalan büyük çoğunluğun AR-GE'ye ihtiyaç duymadığı görülmektedir.

Buradan hareketle sektörde maliyet avantajı konusuna odaklanmak ve fiyat rekabetine girişmek yerine, maliyet dışı avantajlara odaklanmak daha isabetli olacaktır. Genel olarak Türkiye'de AR-GE'ye ayrılan kaynaklar ve AR-GE'ye verilen önem yetersiz kaldığından, Türkiye'nin geç kaldığı bu sürecin telafisi oldukça zor geçmektedir. Bu süreci kolaylaştırmak için hükümet tarafından başlatılan ve dünyada devlet tarafından marka oluşturmaya yönelik ilk program olan "Turquality" hayata geçirilmiştir²⁰.

6.4.3. Firma Satış Profili

Bu bölümde firmaların satış şekli, ihracatı gerçekleştirme yöntemleri, en çok ihracat yaptıkları ülkeler, ihracatta karşılaştıkları sorunları ve rekabet etmedeki güçlükleri tespit etmeye ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 14. Firmaların Satış Şekline İlişkin Dağılım

SATIŞ ŞEKLİ	Katılımcı Sayısı	%
Kendi Markası ile	3	27,3
Müşterinin İsteddiği Marka ile	8	72,7
Her İkisi	0	0
TOPLAM	11	100

Satış şekline ilişkin dağılıma bakıldığında müşterinin istediği marka ile satışa (%72,7) ağırlık verildiği dikkat çekmektedir. Kendi markası ile satış yapan firmanın yalnızca %27,3'lük bir orana sahip olduğu görülmektedir. Her ikisi ile satış yapan bir firmanın olmamasından ise Adıyaman ilinde hazır giyim sektöründeki firmaların ya sadece kendi markası ile ya da yalnızca fason çalışarak satış yapmayı tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 15. Firmaların Rekabet Etmede Karşılaştıkları Güçlüklerin Önem Derecesine İlişkin Dağılımı

NEDENLER	ÖNEM DERECESİ				AĞIRLIKLI	
	1	2	3	4	TOPLAM	%
Kalifiye İşgücü Eksikliği	1	5	*	*	14	22,96
Finansman Eksikliği	*	*	*	*	*	*
Teknoloji Eksikliği	*	*	1	*	2	3,27
Hammadde Temini	*	*	1	1	3	4,92
Yüksek Maliyet	10	*	*	*	40	65,58
Diğer.....Ortadoğu	*	*	1	*	2	3,27
TOPLAM				61	100	

Tablo 15'te firmaların rekabet etmede en çok (% 65,58) yüksek maliyet sorunuyla karşılaştığı, bunu % 22,96'lık oranla kalifiye işgücü eksikliği sorununun izlediği görülmektedir.

Tablo 16. İhracat Yapılma Durumuna İlişkin Dağılım

İHRACAT YAPILMA DURUMU	Katılımcı Sayısı	%
EVET	6	54,5
HAYIR	5	45,5
TOPLAM	11	100

Tablo 16'da görüldüğü gibi firmaların ihracat gerçekleştirme durumuna ilişkin soruya %54,5 ile evet, %45,5 ile hayır yanıtını verdikleri anlaşılmaktadır.



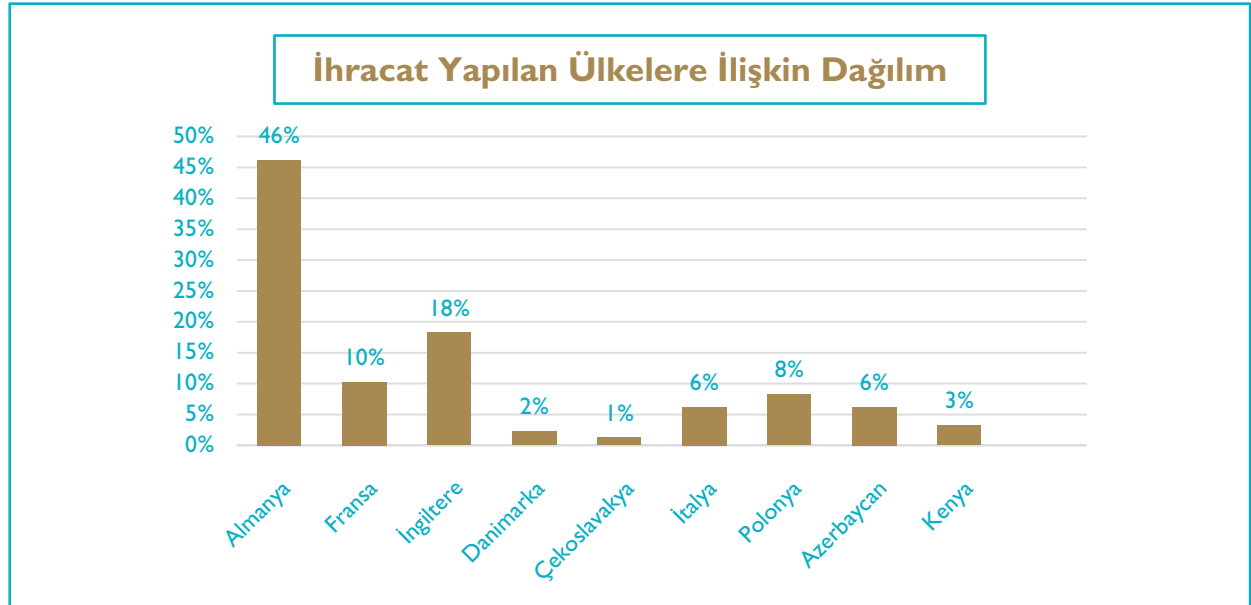
ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Tablo 17. İhracatı Gerçekleştirme Yöntemlerine İlişkin Dağılım

İHRACATI GERÇEKLEŞTİRME YÖNTEMİ	Katılımcı Sayısı	%
KENDİ İMKANLARI İLE	4	66.7
YURT DIŞI TEMSİLCİLİKLERİ İLE	0	0
ACENTALAR	2	33.3
TOPLAM	6	100

Adiyaman'da ihracat yapan firmaların %66,7'sinin kendi imkânları ile, %33,3'ünün ise aracı acentalarla ihracat yaptığı saptanmıştır.

Şekil 19. İhracat Yapılan Ülkelere İlişkin Dağılım



Araştırma kapsamında görüşülen firmaların ihracat yaptıkları ülkelerin başında Almanya gelmektedir. Bunu sırasıyla %18'lik oranla İngiltere ve %10'luk oranla Fransa takip etmektedir.

Tablo 18. İhracatta Karşılaşılan Sorunların Önem Derecesine İlişkin Dağılım

İHRACATTA KARŞILAŞILAN SORUNLAR	ÖNEM DERESESİ			AĞIRLIKLILIKLI	
	1	2	3	TOPLAM	%
Markalaşma	1	*	*	3	7.14
Üretim Maliyetlerinin Diğer Firmalardan Yüksek Olması	*	1	*	2	4.76
Yabancı Piyasalarda Rekabetin Giderek Yoğunlaşması	4	*	1	13	30.96
Bürokratik İşlemlerin Yoğunluğu	*	1	*	2	4.76
İhracatta Uzman Personelin Yetersizliği	1	*	*	3	7.14
İç Piyasada Daha iyi Mal Satabilme	5	*	*	15	35.72
Kapasite Kullanım Oranının Düşük Olması	*	1	*	2	4.76
İhracatta Bilgi Yetersizliği	*	1	*	2	4.76
TOPLAM				41	100

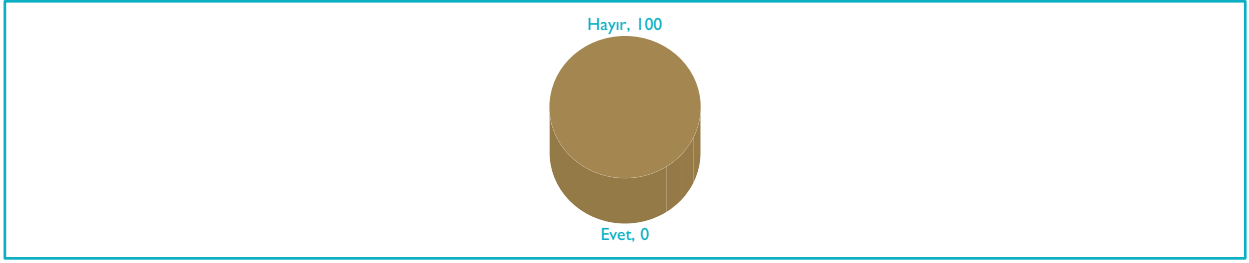
Ağırlıklı toplam=(1.derece frekansı x3+ 2.derece frekansı x2+ 3.derece frekansı x1)

Tablo 18'de firmaların ihracatta karşılaştığı sorunların en başında iç piyasada daha iyi mal satabilme olduğu görülmektedir. Ayrıca firmaların %30,96'sının yabancı piyasalarda rekabetin giderek yoğunlaşmasından dolayı ihracata olumlu bakmadıkları dikkat çekmektedir. Yine bulgulara göre; firmaların yaklaşık %15'inin ihracata yaklaşımlarının olumlu olmasına rağmen markalaşamama ve ihracatta uzman personel yetersizliği gibi sebeplerden dolayı ihracat yapmayı düşünmedikleri tespit edilmiştir. Adıyaman'da hazır giyim ve konfeksiyon sektör ihracatında firmaların üretim maliyetlerinin diğer firmalardan yüksek olması, bürokratik işlemlerin yoğunluğu, kapasite kullanım oranlarının düşük olması ve bilgi yetersizliği ihracatta karşılaştıkları diğer güçlükler arasında olduğu sonucu çıkarılabilir.

6.4.3. Firma Satış Profili

Bu bölümde kümelenmenin Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Demeği'ne üye olan firmalara kazandırdıklarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Şekil 20. Kümelenmenin Sektöre Kazandırdıklarına İlişkin Dağılım

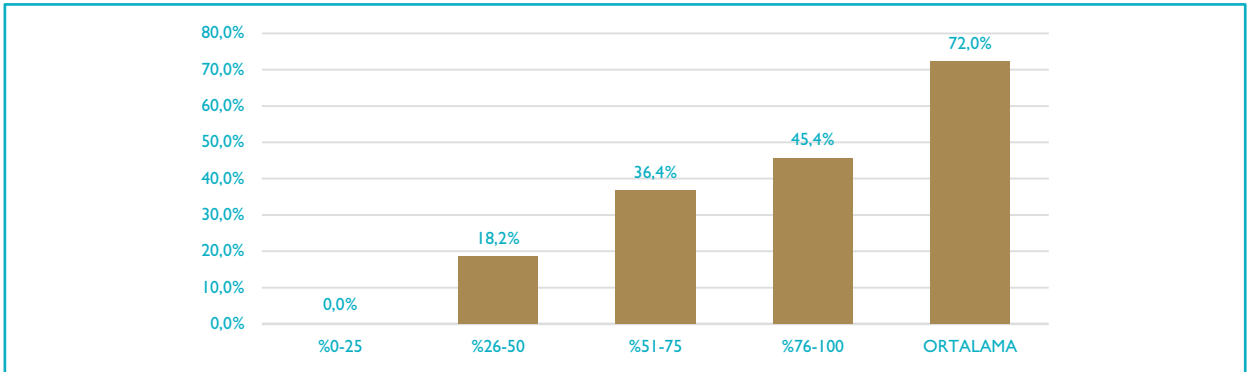


Şekil 20'de firma yetkilerinin tümünün Adıyaman Tekstil kümelenmesinin sektörü geliştirip geliştirmediğine ilişkin sorusuna hayır cevabını verdiği görülmektedir.

6.4.5. Üretime İlişkin sorunlar

Bu bölümde hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren firmaların üretimine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Şekil 21. Üretim Kapasite Kullanım Oranlarına İlişkin Dağılım



Üretim kapasite kullanım oranlarına ilişkin dağılıma bakıldığında Adıyaman ili hazır giyim sektörü firmalarının genellikle ortalama %72 kapasiteyle çalıştığı tespit edilmiştir.



ADIYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Tablo 19. Tam Kapasite Kullanamama Nedenlerinin Önem Derecesine Göre Dağılım

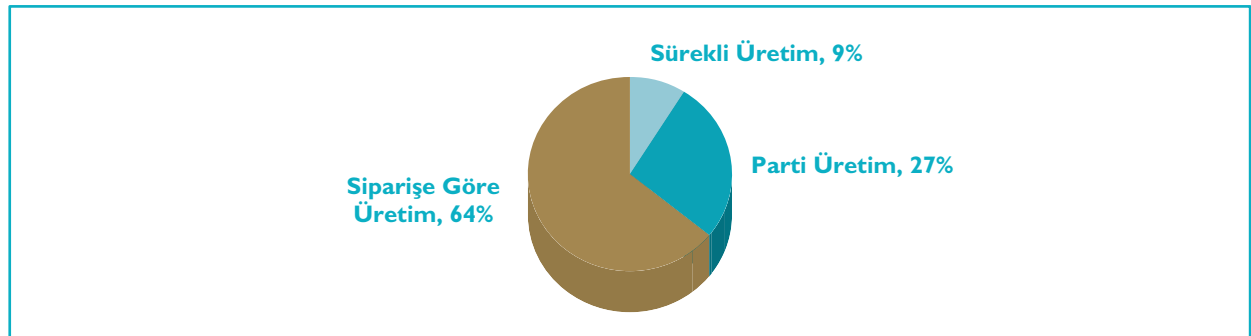
NEDENLER	ÖNEM DERECEİ			AĞIRLIKLIL	
	1	2	3	TOPLAM	%
Hammadde Temin Yetersizliği	*	1	*	2	4.88
Finansal Kaynak Yetersizliği	1	*	*	3	7.32
İşgücü Yetersizliği	7	1	*	23	56.09
Teknoloji Yetersizliği	*	1	*	2	4.88
Enerji Altyapı Yetersizliği	*	*	*	*	*
Yüksek Maliyet Nedeniyle Talep Yetersizliği	3	1	*	11	26.83
TOPLAM				41	100

Ağırlıklı toplam=(1.derece frekansı x3+ 2.derece frekansı x2+ 3.derece frekansı x1)

Adıyaman'da hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin tam kapasite ile çalışmama nedenlerine ilişkin dağılıma bakıldığında yaklaşık %56'lık oranla işgücü sorununun en önemli sorun olduğu, bunu yüksek maliyet nedeniyle talep yetersizliği (%26,83) sorununun izlediği görülmektedir. Ayrıca firmaların %7,32'sinin bu sorunun nedeninin finansal kaynak yetersizliğinden kaynaklandığını düşünürken; hammadde temin yetersizliği ve teknoloji yetersizliğinden dolayı da tam kapasite ile çalışmayan firmaların olduğu gözlemlenmiştir. Yine tam kapasite kullanamama nedenleri arasında enerji alt yapı eksikliği olduğunu düşünen bir firmanın olmadığı dikkat çekmektedir.

Bulgular; firmalara yönlendirilen 'İhracatta karşılaşılan sorunlar', 'AR-GE departmanı olmama nedeni', 'Firmaların rekabet etmede karşılaştıkları güçlükler', 'Tam kapasite kullanamama nedenleri' sorularına ilişkin cevaplarda ortak cevabın nitelikli eleman eksikliği sorunu olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 22. Üretim Yöntemlerine İlişkin Dağılım

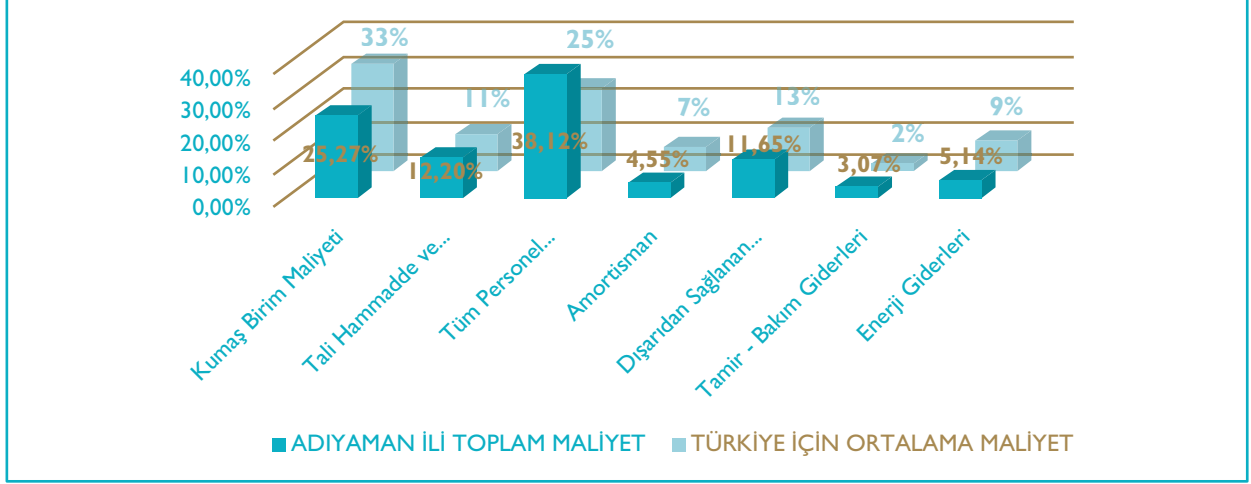


Üretim yapan firmaların %9'u sürekli üretim yaparken, %27'si parti üretimi yapmaktadır. Siparişe göre üretim yapan firmaların oranının %64 ile en büyük paya sahip olduğu dikkat çekmektedir.

6.4.5. Üretime İlişkin sorunlar

Bu bölümde sektörün üretim maliyetlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Şekil 23. Üretim Maliyetine İlişkin Dağılım



Bu çalışmada Adıyaman hazır giyim ve konfeksiyon sektörü mamul maliyeti hesaplarken, sipariş maliyet metodu kullanılmış olup işçilik ve hammadde giderleri o siparişe aynen yüklenmiştir. İmalatla dolaylı bir şekilde ilgili olan giderler (Genel üretim giderleri, genel yönetim giderleri vb.) siparişlere belirli yüzdeler halinde yüklenmiştir. Bu dağıtım için önce direk işçilik saati başına düşen genel üretim giderlerini hesaplamak gerekmektedir. Bu bilindiğinde bu miktar yapılan işte kullanılan işçilik saati ile çarpılarak o iş için 'Genel Üretim Gideri' bulunur. Dakika maliyeti hesaplandıktan sonra, diğer maliyetler de buna katılarak birim üretimin maliyetin hesaplanabilmektedir. Direk malzemeler kumaş maliyetleri, hammadde maliyeti ve aksesuar maliyetlerinin toplamıdır. Dolaysız işçilik gideri, bir mamulün üretim süresi ile işletmenin dakika maliyeti çarpılarak bulunmuştur²¹.

Gerek Adıyaman ili gerekse Türkiye için hazır giyim ve konfeksiyon ortalama maliyetinde kumaş birim maliyeti önemli bir paya sahiptir. Ancak Adıyaman için ortalama maliyette en büyük pay %38,12 ile işçilik maliyeti iken, Türkiye ortalama maliyetinde %33'lük pay ile kumaş birim maliyettir. Adıyaman kumaş hammaddesine yakınlığı, bu kalem maliyetinin Türkiye ortalaması altında olmasına katkı sağlamaktadır. Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe ana hammaddelerin dışında vatka, tela, astar gibi tali hammaddeler ve aksesuar malzemeleri maliyetleri hem Adıyaman hem Türkiye ortalama maliyeti içinde yaklaşık %12'lik değerle aynı payı almaktadır. Adıyaman ili sektör işletmelerinin faaliyet yıllarının 5 yılın altında olması ve genç makine parkuruna sahip olması amortisman gider kaleminin düşük olmasını sağlamaktadır. Maliyetler içerisinde önemli gider olan enerji kalemi Adıyaman için, hem ilin bu sektördeki tüm maliyetleri arasında hem de Türkiye ortalama maliyetlerine oranla daha küçük bir oran teşkil ederek, Adıyaman'a büyük avantaj sağlamaktadır.

Yapılan çalışmalardan elde edilen verilere göre; rekabetin giderek yoğunlaştığı günümüzde sadece maliyetlerin düşük olması sektörün mevcut sorunları için yeterli değildir. Adıyaman ili ancak AR-GE'ye gerekli önemi vererek yüksek kalitede, katma değeri yüksek, moda ve tasarıma yönelik ürünlerle bu rekabet ortamında hak ettiği payı alabilecektir.

²¹ ALTAŞ S. , ATILGAN T. , 'Hazır Giyim Sektöründe Parti Üretim Sistemleri ile Yığın Üretim Sistemlerinin Maliyet Avantajı Yönünden Değerlendirilmesi' , Tekstil Ve Konfeksiyon Dergisi, S.2, Y.2007, s.76-78



ADYAMAN
HAZIR GİYİM KONFEKSİYON
RAPORU



7. ÇALIŞTAY VE STRATEJİK ANALİZ

7.1. ÇALIŞTAY

Verimli bir biçimde çözüm yolları üretmek amacıyla Adıyaman hazır giyim ve konfeksiyon sektörü raporu kapsamında çalıştay düzenlenmiştir. Çalıştay, Adıyaman Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü, Adıyaman Sosyal Güvenlik Kurumu İl Müdürlüğü, Adıyaman Bilim Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü, KOSGEB Adıyaman Hizmet Merkezi Müdürlüğü, Adıyaman Üniversitesi, Adıyaman Ticaret ve Sanayi Odası, Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Kümelenme Derneği, Adıyaman Giyim Sanayicileri Derneği ve özel sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşmiştir.

Çalıştayda, rapor kapsamında elde edilen veriler ve yapılan mülakatların sonuçlarını içeren sunum yapılmış olup ardından paydaşların Adıyaman hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne ve kümelenmeye bakışları tartışılmaya açılmıştır. Daha sonra grup çalışmalarına geçilip, grup üyelerinden hazır giyim sektörüne ait sorunları ifade etmeleri istenmiştir.

Tespit edilen 16 sorun tartışmalar sırasında yeniden derlenip birleştirilmiş ve oylama yöntemi ile 4 önemli ana soruna indirgenmiştir. Adıyaman hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yol haritasına aynı konuya farklı bakış açıları ile yapılan katkıların daha olumlu çözümlerle ulaşılabileceği düşüncesiyle paydaşlara, tespit edilen bu 4 önemli ana soruna çözüm yolları önermeleri talep edilmiştir.

7.2. STRATEJİK ANALİZ

Adıyaman hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün küresel pazarda sürdürülebilir bir üretim üssü olması için Adıyaman iline büyük görevler düşmektedir. Sahip olduğu güçlü yanlarını korurken, zayıf yönlerini fırsatlarla değerlendirmeli, risklerden kaçınmalı ve bunlara karşı tedbirler alması gerekmektedir. Bu nedenle gerçekleşen çalıştayda paydaşlar tarafından belirlenen dört ana sorun değerlendirilmiş; bunlara karşı izlenebilecek stratejiler ortaya konulmuştur.

Ana Sorun 1: Yatırım Teşvik Sisteminde Adıyaman'ın 5. Bölgede yer alması

20.06.2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 2012/1 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'e göre komple yeni, tevsii, modernizasyon ve ürün çeşitlendirme yatırımları desteklenmektedir. Söz konusu destekler coğrafi olarak farklılaşarak il düzeyinde kademelendirilmiştir. Altı kademedен oluşan sistemde Adıyaman ili 5. Bölgede, sosyo-ekonomik gelişmişliği Adıyaman'a çok yakın olan Diyarbakır ve Şanlıurfa 6. Bölgede yer almıştır. Bu durum Adıyaman'ın bölgesel rekabet edebilirliğini olumsuz etkilemiş, özellikle emek yoğun sektörlerde SGK prim ödemelerinden ötürü işletmelerin üretim maliyetleri görece yüksek kalmıştır. Yeni yatırımcı ise 5. Bölgede yer alan Adıyaman yerine daha uygun üretim maliyeti elde edebileceği komşu illerden birini tercih etmektedir.

	Strateji	İlgili Kuruluş	Sorumlu Kuruluş
I	Tebliğ'in revize edilerek Adıyaman için bölgesel rekabet şartlarının eşitlenmesi gerekmektedir.	Ekonomi Bakanlığı	STK Meslek Odaları İşveren Birlikleri



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

Ana Sorun 2: İşletmelerin pazarlama sıkıntısı

Son yıllarda artan küreselleşme ve teknolojik gelişmeler beraberinde yenilik faaliyetlerinin önemini arttırmaktadır. Firmaların rekabet edilebilirlik güçleri yapmış oldukları yeniliklerle doğru orantılı bir şekilde artmaktadır. Pazara sunulan ürün, marka sahibi olması ile avantajlı olabilir ancak öncelikli tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte olmalıdır. Bu da hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün aynı zamanda tüketici odaklı olduğunu göstermektedir. Bir ürünün kalıcılığını sağlayan marka rekabet etmede son derece önemli bir faktör iken; Adiyaman ili bu sektörde fason olarak yer alarak; marka ve koleksiyon çalışmalarını göz ardı etmektedir. Aynı zamanda pazarlamada cazip konum sağlayan kent imajının olmayışı ile dezavantajlı duruma düşmektedir.

	Strateji	İlgili Kuruluş	Sorumlu Kuruluş
1	Kent imajı elde edilebilmesi için yerel marka çalışmaları yapılmalıdır.	Türk Patent Enstitüsü	Adiyaman Valiliği Adiyaman OSB Adiyaman TSO Adiyaman Üniversitesi İKA
2	Öncelikle kalite bilinci oluşturulmalı ve AR-GE çalışmalara ağırlık verilmelidir. Marka oluşturmak uzun süreli bir stratejide uygulanabilir ancak koleksiyon çıkarmak markalaşma konusunda atılan ilk adım olmalıdır.	STK Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü TÜBİTAK İKA	İşveren Birlikleri
3	Her firmanın ihtiyacını karşılayabilecek kamusal AR-GE kurumları veya hazır giyim araştırmaya merkezleri kurulmalıdır.	Adiyaman Üniversitesi İKA TÜBİTAK Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü
4	Firmaların tüketicilerin isteklerini doğrudan karşılayabilmesi ve müşterileriyle daha yakın ilişkilerde bulunabilmesi için sektörde niş pazarlar aranmalıdır.	İTKİB GAİB Adiyaman TSO İKA	İşveren Birlikleri
5	Firmaları ihracata yönlendirecek kolaylıklar sağlanarak; ticarete bulunacak ülkelerle iletişim ağı kurulmalıdır. Bu ülkelere iş gezileri ve fuar aktiviteleri düzenlenmelidir.	KOSGEB ATEKS İKA TÜMSİAD TÜSİAD MÜSİAD Ekonomi Bakanlığı	Adiyaman TSO GAİB İTKİB

Ana Sorun 3: Teknolojinin yeteri düzeyde takip edilememesi

Giderek küreselleşen dünya ekonomisinde yoğunlaşan rekabet, maliyette düşük, kalitede yüksek ve verimli üretimleri ön plana çıkarmıştır. Adiyaman'a en fazla istihdam sağlayan lokomotif sektörü hazır giyim, çok fazla prosesi olan ve emek yoğun bir sektördür. Bu sektörde, çalışma sistemi

personellerin bir işi tamamlayıp diğer personele devretmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Devir etme sürecinde yapılan küçük bir hata; özellikle fason üretim yapan işletmelerde zincirleme büyük bir hatayı doğurur. İş takibinin; işin gerçekleştiği anda kontrolü iş akışını kolaylaştırdığı gibi hata oranını düşürür ve zamanında sevkiyat sağlar. Bu da beraberinde müşteride güvenirlilik, rekabette ve maliyette avantaj getirir. Ancak Adıyaman hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe; kurumsallaşmış bir yapıda olması gereken üretimde-kontrolde-sevkiyatta teknolojik uygulamaların varlığından söz edilemezken; hiçbir bilgisayar destekli yazılım da mevcut değildir.

	Strateji	İlgili Kuruluş	Sorumlu Kuruluş
1	Yüksek üretim kapasite ve kalitesi ile tercih edilen işletme olmak için teknolojik gelişmeleri takip etmek gerektiği bilinci işverenlere kazandırılmalıdır.	Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü İKA	KOBİ
2	Teknolojik aletler ve kullanıcılar en az 5 yıl desteklenmelidir.	KOSGEB İKA	KOBİ
3	Teknolojilerin gün geçtikçe hızla ilerlemesinden dolayı işverenlere bu konuda destek ve eğitim verilmelidir.	Adıyaman Üniversitesi Makine Mühendisleri Odası İKA	İşveren Birlikleri

Ana Sorun 4: Nitelikli eleman eksikliği

Adıyaman ili hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki pek çok firmanın makine ve ekipman yatırımları yeni olmasına rağmen verimin çok düşük olduğu görülmektedir. Çünkü verimlilik; teknolojik donanımın yanı sıra bu donanımı kullanacak bilgi ve beceriye sahip insan gücü ile anlamlandırılmaktadır. Ekonomik büyüme ve teknolojik gelişmeler, ticarete üretim şeklini değiştirmektedir. Kalifiye iş gücü; hem kaliteli üretimi hem de üretimin çeşitlenmesini etkileyen temel unsurdur. Özel sektör-üniversite-personel kombinasyonunun kurulması; bu rekabet ortamında hem zamandan tasarruf sağlarken hem de gereksiz maliyetlere engel olacaktır. Bunun için maddi olarak yapılan yatırımın yanı sıra beşeri sermaye de önem arz etmektedir.

	Strateji	İlgili Kuruluş	Sorumlu Kuruluş
1	Üniversite-Sanayi işbirliği olmalıdır.	Adıyaman Üniversitesi Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü İKA Adıyaman Valiliği	Adıyaman Organize Sanayi Bölgesi Adıyaman Üniversitesi ATSO
2	Üniversitede Tekstil Mühendisliği bölümü açılmalıdır.	Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı	Adıyaman Üniversitesi
3	Sektörde istihdam edilecek insanları verimli kılabacak yetileri kazandırma adına hizmet içi ve mesleki eğitimlere ağırlık verilmelidir.	Adıyaman Üniversitesi İl Millî Eğitim Müdürlüğü İŞ-KUR	Adıyaman Organize Sanayi Bölgesi



ADYAMAN
ÜNİVERSİTESİ
KİMYA GİYİM KONFEKSİYON
RAPORU



8. SONUÇ

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü Adıyaman istihdamının ve ekonomisinin lokomotif konumundadır. 2014 yılında ilin ihracat gelirinin %87'sini gerçekleştiren sektör, imalat sanayindeki toplam istihdamın %70'ini oluşturmakta, Adıyaman'ın tüm sosyal denge ve ekonomik göstergelerini etkileyecek stratejik bir konumda bulunmaktadır. Özellikle Adıyaman'da kadın işgücüne istihdam sağlayan sektör, genellikle fason üretim yapan KOBİ'lerden oluşmaktadır.

Adıyaman'da tekstil ve hazır giyim sektörüne girişlerin kolay olması; yapılan yatırımların uzman ve ön fizibiliteden yoksun yatırımcılar tarafından yapılmasına ve verimlilikten yoksun bir rekabet ortamı oluşmasına neden olmaktadır. Sektörde firmaların kurumsal olmamalarından; üretim, yönetim ve pazarlama gibi konularda bütünleşik çalışmalarından kaynaklanan sorunlar mevcuttur. Sektörün fason çalışması pazarlama ve ihracatı etkileyen önemli bir faktördür. Sektörde, kopyalama yaygın olup; firmanın kendine özgü koleksiyonları ve ürün çeşitliliği yetersizdir. Pazarlamada karşılaşılan sorunlardan bir diğeri de kent imajının ticarete önemli rolü söz konusu iken Adıyaman'ı simgeleyen bir coğrafi işaretin bulunmamasıdır.

Adıyaman'ın ihracat yapabilmesi ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmesi için, marka ve tasarımın yanı sıra AR-GE'ye önem vermesi gerekmektedir. Sektörde klasik yöntemlere dayalı satış ve pazarlama mevcutken aynı zamanda yeni pazarlar için yeni stratejiler belirlenmelidir. Yeni ürün geliştirmede, gelişen teknolojiye, ihtiyaç duyulan programlarda, otomasyonda, pazar stratejilerinde, pazarlama araştırmalarında üniversite-sanayi işbirliği önem kazanmaktadır.

Adıyaman ili, emek yoğun bir sektör olması sebebiyle önceden ucuz işçilikten avantaj sağladığı tekstilde, yeni teşvik sistemi ile işgücü başta olmak üzere hammadde maliyetlerinden oluşan temel maliyet unsurlarında rekabet avantajını kaybetmiştir. Sektördeki pek çok firmanın makine ve ekipmanları yeterli düzeyde teknolojik donanıma sahipken, yeterli verimlilik ve kapasitede çalışmamaktadır, çünkü firmalar verimliliği yalnızca teknolojiye yapılan yatırım ile kısıtlamaktadır. Oysa verimlilik, teknoloji ile birlikte teknolojiyi kullanabilecek bilgi ile donatılmış insan gücü ile anlamlandırılmaktadır. Sanayide üretimi artırmak, maliyetleri azaltmak, ürün çeşitliliği sağlamak ve kaliteyi arttırmak için nitelikli işgücü ve teknoloji gerekir. Bunlar ise, nitelikli eğitim ve AR-GE ile sağlanabilir. Burada, konusunda iyi eğitim almış işgücü ve güncellenen teknolojiye uyumu kolaylaştıran hayat boyu öğrenmenin önemi ortaya çıkmaktadır.

İş dünyasının aradığı insan gücü profiline uygun eleman yetiştirmesi gereken üniversiteler, sanayi işbirliğinde son derece verimsiz kalmıştır. Ortak bir çalışma yeterince sağlanamamış, rollerin iyi tanımlandığı bir işbirliği oluşmamıştır. Adıyaman Üniversitesi, hem şehrin tüm imalat sanayisinin ihtiyaç duyduğu hem de üretim süreçlerinde kullanılacak teknolojiyi üreterek geleceğe taşıyan donanımda insan gücü yetiştirmelidir.



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

2005'te kurulan Adıyaman Tekstil Kümelenme Derneği'ne üye firmalarının geçmişte yaptığı ortak çalışmalarda başarı elde edememeleri, firmaların küresel rekabette tek başına ilerleyebilecekleri düşüncesine itmiş ve sektördeki kümelenme çalışmalarının sonlanmasına neden olmuştur. Oysa hem mevcut durumdan hem de küresel krizden dolayı ortaya çıkan sorunları ortadan kaldırmaya çalışan kümelenme, "ortaklık", "ortak alım-satım" ve "ortak hareket" stratejileri sayesinde de firmalara hammadde maliyetlerinde avantajlı konum kazandıracaktır. Yine kümelenme ile Üniversite-Sanayi işbirlikleri geliştirilebilecek ve tek başına AR-GE departmanı kuramayan firmalar ortak laboratuvarlardan yararlanarak gelişen teknolojiyi kolayca ve düşük maliyetlerle takip edebilecektir. Bu sayede firmalar tasarım ve koleksiyon oluşturabilecek ve yalnızca kendilerine ait ürünlerle pazarda hak ettikleri konuma ulaşabileceklerdir.

Adıyaman Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü'nün rekabet gücünün yükselmesi yalnızca ticari anlamda değil; ilin tüm sosyal yaşantısı ve refahı için de önemlidir. Bu açıdan Adıyaman ili için önemli bir yere sahip olan hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe globalleşen ekonomide avantaj sağlayacak kümelenme yeniden aktifleşmeli; dernek üyeleri arasındaki mevcut ilişkiler gelişmeli; geliştirilecek ortak stratejiler göz ardı edilmemelidir.

İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan bu çalışmanın Adıyaman'da tekstil ve hazır giyim sektörünün gelişmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

İPEKYOLU KALKINMA AJANSI



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

KAYNAKÇA

AKDAĞ R. , METE M., EMHAN A., 'Diyarbakır Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Elmas Modeli ile Kümelenme Analizi', Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2014, C.19, S.2, s.323-341

ALTAŞ S. , ATILGAN T. , 'Hazır Giyim Sektöründe Parti Üretim Sistemleri ile Yığın Üretim Sistemlerinin Maliyet Avantajı Yönünden Değerlendirilmesi' ,Tekstil Ve Konfeksiyon Dergisi, S.2, Y.2007, s.76-78

ALÜFTEKİN, N., YÜKSEL, Ö., TAŞ, A., ÇAKAR, G., BAYRAKTAR, F., Küresel krizden çıkışta kümelenme modeli: tekstil ve hazır giyim sektörü örneği. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Y.2012, C.5, S.10, s.1-19.

ARSLAN K., 'Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası' MUSİAD Araştırma Raporları:57, Kasım 2008

AYDOĞDU, G. "Hazır Giyim ve Konfeksiyon Raporu". Çukurova Kalkınma Ajansı.Y.2012 Kaynak: <http://www.cka.org.tr/dosyalar/tekstil.pdf>.

BAKIRCI, M. "Adıyaman'da imalat sanayinin gelişimi ve yapısı." Türk Coğrafya Dergisi S.59, Y.2012, s.45-58

Bilişim Dergisi <http://www.bilisimdergisi.org/pdfindir/s158/pdf/72-85.pdf> (27.01.2015 tarihinde erişilmiştir)

ÇETİN M. ve ECEVİT E., "İhracatın sürükleyici gücü olarak tekstil sektörü: Kahramanmaraş ili örneği." Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 15.2 Y.2008, s.115-132.

Dicle Kalkınma Ajansı. Hazır Giyim Sanayi Sektör Analizi. Y.2011 Kaynak: <http://www.dika.org.tr/hazirgiyim-raporu>.

DULUPÇU M. A. ve GÜN K. "Isparta ili ihracatçı tekstil sektörü firmalarının rekabet gücü sorunları yenilik ve yerel işbirliği temelli bir analiz-Competitiveness problems of the exporting.":Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Y.2003, C.8, S.2, s.193-211

ERAYDIN A., "Post-Fordizm ve Değişen Mekânsal Öncelikler", ODTÜ Mimarlık Fakültesi Matbaası, Y.1992, Ankara.

ERKAN, Yrd. Doç. Dr. Birol. "Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi". Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13/1, Y.2013 93-110. İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi Genel Sekreterliği tarafından hazırlanan "Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2013 yıllık ihracat performans değerlendirme Raporu" Ocak-2014

*İTKİB*Kaynak:http://www.itkib.org.tr/itkib/hedef/old_hedef/200503_mart/ozelibr_tesvik4.htm
(erişim tarihi:28.07.2014)

KAVRAKOĞLU, İ. , GEDİK S., BALKIR M. , “Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayi”, Tüsiad Yayınları, No: Tüsiad-T/200-07/322, Y.2002

KAYNAK, Kübra H., DEĞİRMENÇİ, Züleyha, TOPALBEKİROĞLU,Mehmet. "Hazır Giyim Ürün Etiketlerinin Markalaşmadaki Önemi. "Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi C.4, N.2, Y.2010, s 9-23

KÜÇÜKKİREMITÇİ O. , (2012). “İmalat Sanayi ve Ana Sektörlerinin Performansı Yapısal ve Mekansal Özellikleri Açısından Değerlendirilmesi”, Türkiye İmalat Sanayiinin Analizi (2005-2010 Dönemi, 22 Ana Sektör İtibariyle) içinde. Mustafa Şimşek 26 (edt.). Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayınları Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü.

ÖNGÜT E.,'Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayiinin Değişen Dünya Rekabet Şartlarına Uyumu' Uzmanlık tezi, Yayın No: DPT: 2703, İktisadi Sektörel Ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü,Ocak2007, Kaynak:<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Uzmanlk%20Tezleri/Attachments/235/CEmrahOngut.pdf>
(erişim tarihi: 19.04.2014)

PORTER, Michael , “Cluster and the New Economics of Competition”, Harvard Business Review, November –December,Y.1998, p.77-90.

SARIOĞLU, Halide ve KAYADİBİ, Pakize. "Tekstil İşletmelerinin Profili Ve Üretime İlişkin Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma." Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi 2012, 6(1) 1-12.

SAYIN, M. "Yerel Ekonomik Kalkınma Modeli Olarak GAP-GİDEM Projesi." (2006) (http://www.tepav.org.tr/sempozyum/2006/bildiri/bolum5/5_3_sayin.pdf sitesinden 14.04.2014 tarihinde erişilmiştir.)

T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı tarafından hazırlanan "Hazır giyim Sektörü- Sektörel Raporlar" '2012 ve 2014'

T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan " Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri ürünleri sektörleri raporu- Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi" '2012/1' ve '2014' TEKİNEL O.,DENİZ O., BEDESTENÇİ H.Ç., ‘Ülkemizde ve Kahramanmaraş İlinde Tekstil Konfeksiyon Sektörü, Sorunları, Çözüm Önerileri' KSÜ Ziraat Fakültesi, Fen ve Mühendislik Dergisi, Y.2001, C.4, S.1, s:28-42

TİM Kaynak: <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html> (erişim tarihi 28.04.2014)
ULAŞ, D., ÖZER, A. ve KOÇAK, A. "Hazır Giyim Sektörü İçin Yön Haritası: Örnek Olay İncelemeleri."Kaynak:http://80.251.40.59/politics.ankara.edu.tr/ozer/Makalelerim/Hazir_Giyim_Sektoru.pdf (erişim tarihi: 14.09.2014)



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

EKLER

Mülakat Formları

FİRMA ADI:		
1-KURULUŞ YILI:		
2-HUKUKİ YAPISI:	A-LİMİTED B-ŞAHİS C-ANONİM	
3-ÇALIŞAN SAYISI(KİŞİ)		
4-YÖNETİCİNİN CİNSİYETİ	A-KADIN B-ERKEK	
5-YÖNETİCİNİN EĞİTİM DÜZEYİ	A-İLKÖĞRETİM B-LİSE C-ÜNİVERSİTE D-YÜKSEKLİSANS	
6-ÇALIŞANLARIN CİNSİYETİ	A-KADIN B-ERKEK.....	
7-ÇALIŞANLARIN EĞİTİM DÜZEYİ	İLKÖĞRETİM(KİŞİ)	
	LİSE(KİŞİ)	
	ÜNİVERSİTE(KİŞİ)	
	YÜKSEKLİSANS(KİŞİ)	
8-2013 YILI KAPASİTE KULLANIM ORANI	A-25 TEN AZ B-25-50 C-51-75 D-75 ÜZERİ	
9-TAM KAPASİTEYLE ÇALIŞAMAMANIN NEDENLERİ (BİRDEN FAZLA İŞARETLENEBİLİR)	A-HAMMADDE TEMİN YETERSİZLİĞİ	
	B-FİNANSAL KAYNAK YETERSİZLİĞİ	
	C-İŞGÜCÜ YETERSİZLİĞİ	
	D-TEKNOLOJİ YETERSİZLİĞİ	
	E-TALEP YETERSİZLİĞİ	
	F-ENERJİ ALTYAPISI YETERSİZLİĞİ	
	G-DİĞER.....	
10-TEMEL ÜRÜNLER -2013 YILI ORTALAMA ÜRETİM MİKTARI	1.ÜRÜN	ÜRETİM MİKTARI
	2.ÜRÜN	ÜRETİM MİKTARI
	3.ÜRÜN	ÜRETİM MİKTARI
	4.ÜRÜN	ÜRETİM MİKTARI
11-ÜRETİM YÖNTEMLERİ	A-SİPARİŞE GÖRE ÜRETİM B-PARTİ ÜRETİM C-SÜREKLİ(SERİ) ÜRETİM	
12-SATIŞ ŞEKLİ	A-KENDİ MARKASI İLE B-MÜŞTERİNİN İSTEDİĞİ MARKA İLE C-HER İKİSİ	
13-REKABET ETMEDE KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	A-KALIFIYE İŞGÜCÜ EKSİKLİĞİ	
	B-FİNANSMAN EKSİKLİĞİ	
	C-TEKNOLOJİ EKSİKLİĞİ	
	D-HAMMADDE TEMİNİ	
	E-YÜKSEK MALİYET	
	F-DİĞER....	

14-FIRMANIZDA AR-GE VAR MI?	A-EVET	B-HAYIR	
15-AR-GE ÇALIŞMASI YAPILMIYORSA SEBEPLERİ	A-KAYNAK YETERSİZLİĞİ		
	B-İHTİYAÇ DUYULMAMASI		
	C-PERSONEL EKSİKLİĞİ		
	D-DİĞER....		
16-İHRACATI GERÇEKLEŞTİRME YÖNTEMLERİ	A-KENDİ İMKANLARI B-YURTDIŞI TEMSİLCİLİKLERİ C-İHRACATI GELİŞTİRME MERKEZLERİ		
17-TEKSTİL KÜMELENMESİ İHRACATIN GELİŞİMİNE FAYDA SAĞLADI MI	A-EVET	B-HAYIR	C-FIKRİM YOK
18-EN ÇOK İHRACAT YAPILAN ÜLKELER	1-	2-	3-
19-İHRACATTA KARŞILAŞILAN TEMEL SORUNLAR (BİRDEN FAZLA İŞARETLENEBİLİR)	A-MARKALAŞMA		
	B-ÜRETİM MALİYETLERİNİN DİĞER FİRMALARDAN YÜKSEK OLMASI		
	C-YABANCI PİYASALARDA REKABETİN GIDEREK YOĞUNLAŞMASI		
	D-BÜROKRATİK İŞLEMLERİN YOĞUNLUĞU		
	E-İHRACATTA FINANSMAN SORUNU		
	F-YATIRIM VE TEKNOLOJİK YETERSİZLİK		
	G-İHRACATTA UZMAN PERSONEL YETERSİZLİĞİ		
	H-YABANCI MÜŞTERİLERE ULAŞAMAMA VE YABANCI PAZARLAR HAKKINDA BİLGİ SAHİBİ OLAMAMA		
	I-ÜRÜN KALİTESİNİN DÜŞÜK OLMASI		
	J-İÇ PİYASADA DAHA İYİ MAL SATABİLME		
	K-KAPASİTE KULLANIM ORANIN DÜŞÜK OLMASI		
	L-İHRACATTA BİLGİ YETERSİZLİĞİ		
	M-DİĞER.....		



ADİYAMAN HAZIR GİYİM KONFEKSİYON RAPORU

FİRMA ADI:	
ÜRÜN ÇEŞİDİ:	
I-DİREK MALZEMELER	
	KUMAŞ BİRİM MALİYETİ
	TOPLAM HAMMADDE BİRİM MALİYETİ
	TOPLAM AKSESUAR BİRİM MALİYETİ
	TOPLAM
2-İŞÇİLİK	
	BİR ÜRÜNÜN OLUŞUM SÜRESİ/DK
	TOPLAM
3-GENEL ÜRETİM GİDERLERİ	
	TÜM PERSONEL ÜCRETLERİN TOPLAMI
	REKLAM VE PAZARLAMA GİDERLERİ
	AMORTİSMAN
	DIŞARIDAN SAĞLANAN HİZMETLER
	TAMİR-BAKIM GİDERLERİ
	ENERJİ GİDERLERİ
	TOPLAM
TOPLAM MALİYET	
	İŞÇİ SAYISI
	AYLIK ÇALIŞMA SÜRESİ-DK
	İŞLETME DK.MALİYETİ
	=G.Ü.G/İŞÇİ SAYISI*AYLIK ÇALIŞMA SÜRESİ(DK)
	MAMUL İŞLETME MALİYETİ
	=BİRİM ADET ÜRETİM SÜRESİ*İŞLETME DAKİKA MALİYETİ
	BİRİM MAMUL TOPLAM MALİYETİ
	=MALZEMELER MALİYETİ+İŞLETME MALİYETİ



İPEKYOLU KALKINMA AJANSI

İncilipınar Mah. Muammer Aksoy Bul. Vakıflar Güven İş Merkezi Kat : 2-3

27060 Şehitkamil-Gaziantep / TÜRKİYE

Telefon : +90 (342) 231 07 01 • Faks : +90 (342) 231 07 03

e-posta : info@ika.org.tr

www.ika.org.tr

GAZİANTEP YATIRIM DESTEK OFİSİ

İncilipınar Mah. Muammer Aksoy Bul.
Vakıflar Güven İş Merkezi Kat : 1-2-3
27060 Şehitkamil-Gaziantep / TÜRKİYE
Telefon : +90 (342) 231 07 01
Faks : +90 (342) 231 07 03
e-posta : gydo@ika.org.tr

ADİYAMAN YATIRIM DESTEK OFİSİ

Alitaşı Mah. Gölbaşı Cd. No: 137/5-6
Kat: 4 Adiyaman / TÜRKİYE
Telefon : +90 (416) 213 14 44
Faks : +90 (416) 213 14 45
e-posta : aydo@ika.org.tr

KİLİS YATIRIM DESTEK OFİSİ

Şehitler Mahallesi Cambazlar Sokak
No: 9 Yeni Valilik Binası Yanı
Kilis / TÜRKİYE
Telefon : +90 (348) 814 51 98
Faks : +90 (348) 814 51 98
e-posta : kilis@ika.org.tr