



BTSO®
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası



TÜRKİYE HAZIR GİYİM VE PERAKENDE SEKTÖRÜNE YÖNELİK PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

AĞUSTOS 2016

İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ.....	1
KISALTMALAR	1
TABLO LİSTESİ	2
1. HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ	3
1.1. SEKTÖRÜN TANIMI VE TÜRKİYE’DE ÜRETİM	3
2. TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİ	4
2.1. İHRACAT	4
2.1.1. Türkiye’nin Örne Giyim İhracatı.....	5
2.1.2. Türkiye’nin Örülmemiş Giyim İhracatı	6
2.1.3. Türkiye’nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı	7
2.2. İTHALAT	9
2.2.1. Türkiye’nin Örne Giyim İthalatı	10
2.2.2. Türkiye’nin Örülmemiş Giyim İthalatı.....	11
2.2.3. Türkiye’nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İthalatı	12
3. DÜNYA HAZIR GİYİM TİCARETİ	12
3.1. DÜNYA ÖRME VE ÖRÜLMEMİŞ HAZIR GİYİM TİCARETİ.....	12
3.1.1. Dünya Örne Giyim İhracatı	14
3.1.2. Dünya Örülmemiş Giyim İhracatı.....	15
3.1.3. Dünya Örne Giyim İthalatı	16
3.1.4. Dünya Örülmemiş Giyim İthalatı	17
4. SWOT ANALİZİ	18
5. KAYNAKÇA	20

YÖNETİCİ ÖZETİ

Hazır giyim ve perakende sektörü, birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de öncelikli sektörler arasında yer almakta; imalat sanayi içinde istihdamda, üretimde ve ihracatta ilk sıralarda bulunmaktadır. Sektörün kalite, moda ve tasarım anlamında bugün ulaştığı nokta küçümsenemez boyuttadır. Ancak emek yoğun faaliyetlerin yüksek düzeyde olduğu hazır giyim sektörü, özellikle Uzakdoğu'dan gelen düşük fiyatlı ve düşük kaliteli ürünlerin pazar payının artması sonucunda, sürekli bir rekabet baskısı ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle bu sektörde rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilirliği büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde artık sadece üretmek değil en kaliteliyi en uygun maliyetlerle ve en hızlı şekilde üretmek de rekabetin temel şartı haline gelmiştir. Küresel düzeyde bir dönüşümün gerçekleştiği bu yeni rekabet ortamında, sektörün gücünü devam ettirebilmesi ve sürdürülebilir bir rekabet sağlayabilmesi ancak ar-ge ve yenilik içeren katma değeri yüksek ürünlerle mümkün olacaktır. Katma değeri yüksek üretim için ise ülkemizde sektörlerin yapısal değişim sürecini geliştirerek sürdürmesine ihtiyaç vardır.

Türkiye'de Hazır Giyim ve Perakende Sektörü'ne ilişkin hazırlanan bu raporda, ilk olarak sektörün tanımı ve ülkemizde üretim kapasitesine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Ardından sektöre ilişkin ihracat ve ithalat rakamlarının yer aldığı Türkiye ve dünya dış ticaret bilgilerine yer verilmiştir.

Raporun son kısmında ise sektörle ilgili SWOT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Tehditler, Fırsatlar) analizi yapılmıştır; üretim ve ticarete karşılaşılabilecek olumlu ve olumsuz noktalar ele alınarak sektöre ışık tutulmaya çalışılmıştır.

KISALTMALAR

GTIP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu

USD: United States Dollar (Amerikan Doları)

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Türkiye'nin Örne Giyim İhracatı (1000 ABD \$)	5
Tablo 2: Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İhracatı (1000 ABD \$)	6
Tablo 3: Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı (1000 ABD \$)	8
Tablo 4: Türkiye'nin Örne Giyim İthalatı (1000 ABD \$)	10
Tablo 5: Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İthalatı (1000 ABD \$)	11
Tablo 6: Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İthalatı (1000 ABD \$)	12
Tablo 7: Dünya Örne Giyim İhracatı (1000 ABD \$).....	14
Tablo 8: Dünya Örülmemiş Giyim İhracatı (1000 ABD \$).....	15
Tablo 9: Dünya Örne Giyim İthalatı (1000 ABD \$)	16
Tablo 10: Dünya Örülmemiş Giyim İthalatı (1000 ABD \$).....	17

1. HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

1.1. SEKTÖRÜN TANIMI VE TÜRKİYE'DE ÜRETİM

Tekstil ve hazır giyim sektörü, 1980 yılında uygulamaya konulan ihracata yönelik kalkınma politikası ile hızla büyümeye başlamış ve bu tarihten itibaren sektöre yapılan yatırımlar artmıştır. Tekstil ve hazır giyim sektörü birlikte değerlendirildiğinde, gayri safi yurt içi hasıla, imalat sanayi ve sanayi üretimindeki pay, ihracat, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yatırım gibi makro-ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin önemli sektörlerinden biridir. Bugün Türk tekstil ve hazır giyim sektörü büyük oranda ihracat odaklı bir sektördür. Mevcut kapasiteler yurt içi talepten oldukça fazladır.

Türk hazır giyim sektörü, 1 Ocak-30 Haziran 2016 tarihleri arasındaki 8.729.292 USD ihracat rakamı ile otomotiv sektöründen sonra ülkemizde en fazla ihracat yapan sektör konumundadır. Bununla birlikte, 2014-2015 yılında gerçekleşen toplam ihracat rakamı 17.529.482 USD'dir. Bugün, hazır giyim sektörü, üretim ve istihdamdaki büyük ağırlığıyla ülkemiz ekonomisinin lokomotif sektörlerinden birisi konumundadır.

Sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin çoğu küçük ve orta büyüklükteki işletmeler niteliğindedir. Sosyal Güvenlik Kurumu 2014 yılı istatistiklerine göre, Türkiye genelinde giyim eşyaları imalatında faaliyet gösteren firmaların sayısı 35.000 civarındadır. Bu firmalarda kayıtlı yaklaşık 500.000 kişi istihdam edilmektedir.

Türkiye'de üretilen hazır giyim ürünlerinin büyük bir kısmını pamuklu ürünler oluşturmaktadır. Sektörün pamuk, yün, iplik ve kumaş gibi hammadde ve ara malı ihtiyacı büyük ölçüde yurt içinden karşılanmakla birlikte, önemli miktarda ithalat da gerçekleştirilmektedir. Türkiye, dünyanın 8. büyük pamuk üreticisi olmasına karşın, yerli üretim iç talebi karşılamamaktadır. Ülkemiz dünya pamuk tüketiminde 4. sırada yer almaktadır.

Sektörün sahip olduğu başlıca avantajlar hızlı teslimat, hedef pazarlara olan yakınlık, teknik, sosyal ve idari bilgi birikimi, tecrübe, geniş ürün yelpazesi ve tasarım kapasitesi olarak sıralanabilir. Hazır giyim sektöründeki büyük firmalar son zamanlarda yurt içinde ve yurt dışında mağazalaşmaya yoğunlaşmışlardır. Türk hazır giyim sanayi esnek üretim yapısına sahip olup, değişen moda eğilimlerine de uyum sağlayarak yüksek katma değere sahip, modalı ürünler üretir konuma gelmiştir.

Dünyada, özellikle gelişmiş ülkelerde çevre, kalite, sağlık vb. alanlarda yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak bu konularla ilgili çeşitli düzenlemelere ve uygulamalara gidilmektedir. Bugün, hazır giyimde en önemli pazarımız olan AB'de çevre ve sağlıkla ilgili olarak yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak, pek çok ürünün yanı sıra tişörtler için AB çevre etiketi geliştirilmiştir. Firmalarımız da son yıllarda bu gelişmeleri yakından takip etmekte ve çevre etiketlerine artan bir oranda ilgi göstermektedirler. Buna bağlı olarak da

kalite yönetim sistemlerine uygun faaliyet gösteren firmaların sayısı hızla yükselmektedir. Sektör, Avrupa’da uygulamaya konan çevre ve sağlıkla ilgili düzenlemelere uyum sağlamıştır. Azo boyar maddelerle ilgili özellikle Almanya’da başlayan gelişmelerin bir sonucu olarak, 1 Mart 1995’den itibaren söz konusu boyar maddelerin Türkiye’de üretimi, kullanımı ve ithali ile söz konusu aminlerin boyar madde üretiminde kullanımı yasaklanmıştır.

2. TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİ

2.1. İHRACAT

2005 ve 2006 yılında 11,5 milyar dolar civarında gerçekleşen hazır giyim ihracatı 2007 yılında %15,6 oranında artış göstererek 13,5 milyar dolara yükselmiştir.

2008 yılında ise önemli pazarlarımızdan İngiltere ve A.B.D.’ye gerçekleştirilen ihracatın sırasıyla %20 ve %40 oranlarında gerilemesi toplam hazır giyim ihracatının %2,3 düşmesine ve 13,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmesine yol açmıştır.

2009 yılında küresel krize bağlı dış talepteki daralmanın bir sonucu olarak %14,7 gerileyerek 11,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen sektör ihracatı, 2010 yılında yeniden artış trendine girerek %10,3 oranında artış göstermiş ve 12,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

2011 ve 2012 yıllarında sırasıyla %9,4 ve %2,5 artış sağlanmış, 2013 yılında ise %8,1 oranında artışla 15 milyar dolar tutarında hazır giyim ürünleri ihracatı gerçekleştirilmiştir.

2014 yılında sektör ihracatımız bir önceki yıla göre %8,7 oranında artış göstermiş ve 16,3 milyar dolar olarak gerçekleşerek en yüksek seviyesine ulaşmıştır.

2015 yılında ise hazır giyim ihracatımızdaki artış trendi tersine dönmüş, bir önceki yıla göre %8,6 oranında azalarak 14,9 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Son yıllarda hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payı azalmış olmakla birlikte söz konusu pay 2012 yılında %9,1 iken 2013 yılında artarak %9,9 olmuştur. 2014 ve 2015 yıllarında söz konusu pay %10,3 olarak gerçekleşmiştir.

2.1.1. Türkiye'nin Örme Giyim İhracatı

2014 yılı itibarıyla hazır giyim ihracatının 10 milyar doları örme ürünlerden kaynaklanmıştır. 2015 yılında ise ülkemiz 8,9 milyar dolarlık örme ürün ihracatı gerçekleştirmiştir. 2,9 milyar dolarla tişörtler, 1,6 milyar dolarla kazaklar, 1,3 milyar dolarla kadın ve kız çocuklar için takımlar ve 1 milyar dolarla çoraplar örme ürünler arasında en öne çıkan ihracat kalemleridir.

Tablo 1: Türkiye'nin Örme Giyim İhracatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün Tanımı	2013	2014	2015	Değişim (14/15)
6101	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	35.431	38.125	37.994	-0,3%
6102	Kadın/kız çocuk için dış giyim	30.140	37.802	38.987	3,1%
6103	Erkek/erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	348.749	374.371	338.689	-9,5%
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	1.211.741	1.369.948	1.273.046	-7,1%
6105	Erkek/erkek çocuk için gömlek	242.611	258.946	237.484	-8,3%
6106	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek; bluz	532.896	573.039	541.466	-5,5%
6107	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	118.263	150.732	164.927	9,4%
6108	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim	292.801	319.602	312.041	-2,4%
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası	3.276.038	3.566.429	2.980.189	-16,4%
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. Eşya	1.629.288	1.753.886	1.615.130	-7,9%
6111	Bebek için giyim eşyası	141.915	146.059	144.416	-1,1%
6112	Spor kıyafetleri, kayak, yüzme kıyafetleri	73.892	76.041	79.177	4,1%
6113	Emdirilmiş, sıvanmış mensucattan örülmüş giyim eşyası	298	636	866	36,1%
6114	Diğer giyim eşyası	115.268	85.349	85.577	0,3%
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler	1.151.172	1.216.564	1.025.155	-15,7%
6116	Eldiven	2.511	2.946	3.300	12,0%
6117	Giyim eşyasının diğer aksesuarı; hazır aksesuar ve parçaları	41.925	53.773	52.569	-2,2%
	Toplam	9.244.940	10.024.248	8.931.013	-10,9%

2.1.2. Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İhracatı

2014 yılı itibarıyla hazır giyim ihracatının 6,2 milyar doları örülmemiş ürünlerden kaynaklanmıştır. 2015 yılında ise ülkemiz 5,9 milyar dolarlık da örülmemiş ürün ihracatı gerçekleştirmiştir.

Tablo 2: Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İhracatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün Tanımı	2013	2014	2015	Değişim (14/15)
6201	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	86.465	96.051	93.133	-3,0%
6202	Kadın/kız çocuk için dış giyim	108.616	142.498	111.404	-21,8%
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	1.512.380	1.566.322	1.493.747	-4,6%
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	2.283.085	2.417.476	2.196.375	-9,1%
6205	Erkek/erkek çocuk için gömlek	533.457	630.212	607.155	-3,7%
6206	Kadın/kız çocuk için gömlek, bluz, vs.	630.687	732.708	735.795	0,4%
6207	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	42.912	46.930	52.479	11,8%
6208	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim	205.010	217.371	219.581	1,0%
6209	Bebek için giyim eşyası ve aksesuar	54.972	74.742	86.724	16,0%
6210	Plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası	20.535	23.967	27.729	15,7%
6211	Kadın/kız çocuk için spor, kayak ve yüzme kıyafetleri vb giyim eşyası	98.351	129.862	134.255	3,4%
6212	Sütyen, korse, korse kemer, pantolon askısı, çorap bağı, jartiyer	63.468	69.213	53.895	-22,1%
6213	Mendil	417	810	668	-17,5%
6214	Şal, eşarplar, fularlar, kaşkollar, peçe ve duvaklar vb eşya	57.869	68.820	91.005	32,2%
6215	Boyun bağı, papyon kravat ve kravatlar	4.001	4.510	4.536	0,6%
6216	Eldiven	1.098	1.036	735	-29,1%
6217	Giyim eşyasının hazır teferruatı, parçaları, aksesuarları	10.877	9.976	9.858	-1,2%
	Toplam	5.714.199	6.232.503	5.919.074	-5,0%

Örülmemiş ürünlerden, 2015 yılında 2,2 milyar dolarla kadın ve kız çocuklar için takımlar, 1,5 milyar dolarla erkek ve erkek çocuklar için takımlar, 631 milyon dolarla kadın ve kız çocukları için bluz ve gömlekler ve 736 milyon dolarla kadın ve kız çocuklar için gömlek ile bluzlar en önemli ihracat kalemlerini oluşturmuştur.

2.1.3. Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı

Türkiye 2015 yılı hazır giyim ihracatının %69,5'ini ilk 10'da yer alan Almanya (%19,1), İngiltere (%14,1), İspanya (%11), Fransa (%4,9), Hollanda (%4,7), Irak (%4,7), İtalya (%3,5), Romanya (%3,1), Polonya (%2,8) ve Danimarka'ya (%2,6) gerçekleştirmiştir. Bu ülkelerden Almanya, uzun yıllardır Türkiye'nin en önemli hazır giyim pazarı durumundadır. Son 10 yıldır diğer ülkelere yapılan ihracatın gelişmesiyle, Almanya'nın payı 1996 yılında %47,3 iken 2015 yılında %18,1'e kadar gerilemiştir.

Uzun yıllar Almanya ve A.B.D.'nin ardından üçüncü önemli pazar olan İngiltere, 2002 yılında ikinciliğe yükselmiş ve günümüze kadar sıralamadaki yerini korumuştur. Buna karşın 2008 yılında İngiltere'ye gerçekleştirilen hazır giyim ihracatı %20,4 gibi çok keskin bir gerileme göstererek 2,4 milyar dolardan 1,9 milyar dolara kadar gerilemiş, 2009 yılında da %13 oranında gerileyerek 1,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu ülkeye ihracatımız 2010 yılında artış trendine girmiş, 2010, 2011 ve 2012 yıllarında sırasıyla %14,7, %0,7 ve %7,9 oranlarında artarak 2012 yılında 2,1 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. 2013 yılında ise anılan ülkeye %2,2 oranında azalış ile 2 milyar dolar tutarında ihracat gerçekleştirilmiştir. 2014 yılında İngiltere'ye yönelik ihracatımız, %14,7 oranında artarak 2,4 milyar dolar tutarında gerçekleşmiştir. 2015 yılında ise anılan ülkeye hazır giyim ihracatımız %11,1 oranında azalış ile 2,1 milyar dolar tutarında gerçekleştirilmiştir.

2002 yılında İngiltere'nin ardından üçüncülüğe gerileyen A.B.D.'ye gerçekleştirilen hazır giyim ihracatımız, 2003 yılında 1,2 milyar dolarla en yüksek seviyesine ulaşmış; ancak, sonraki yıllarda büyük bir gerileme içine girerek 2015 yılı itibarıyla 273 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. ABD, ülkemiz hazır giyim ihracatında %1,8 pay ile 12. sırada yer almaktadır.

Diğer taraftan Irak son yıllarda hazır giyim ihracatımızın en fazla artış gösterdiği pazarlardan birisi olmuştur. 2009 yılında Irak'a yönelik hazır giyim ihracatımız %90,5 oranında artış göstererek 161,4 milyon dolara ulaşırken, ülkemiz hazır giyim ihracatı içindeki payı %1,4'e yükselmiştir. Anılan ülkeye yapılan hazır giyim ihracatı 2010, 2011 ve 2012 yıllarında sırasıyla %6, %33 ve %52,7 oranlarında artış göstermiştir. 2013 yılında ise anılan ülkeye %47,7 artış ile 513 milyon dolar, 2014 yılında %18,7 artış ile 609 milyon dolar ve 2015 yılında ise %14,9 artış ile 700 milyon dolar tutarında ihracat gerçekleştirilmiştir. Bu ülkenin toplam hazır giyim ihracatımız içindeki payı %4,7'ye yükselmiş olup, anılan ülke ülkemiz hazır giyim ihracatında 6. sırada yer almaktadır.

2015 yılında hazır giyim ihracatımızda en fazla ihracat artışı sağlanan ülke Slovakya olmuştur. Anılan ülkeye 2015 yılında %39,7 artış ile 211,5 milyon dolar hazır giyim ihracatı gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3: Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı (1000 ABD \$)

Ülkeler	2013	2014	2015	Değişim
Almanya	3.115.131	3.321.488	2.687.549	-19,1%
İngiltere	2.055.205	2.354.640	2.093.158	-11,1%
İspanya	1.452.228	1.588.537	1.629.119	2,6%
Fransa	917.778	930.608	723.626	-22,2%
Hollanda	788.611	812.877	700.841	-13,8%
Irak	512.877	609.029	699.566	14,9%
İtalya	604.541	600.158	514.545	-14,3%
Romanya	241.784	451.373	465.181	3,1%
Polonya	303.365	403.822	415.808	3,0%
Danimarka	481.862	488.460	390.863	-20,0%
Belçika	378.781	372.891	291.195	-21,9%
A.B.D.	229.003	236.434	273.442	15,7%
Ukrayna	282.443	274.407	271.427	-1,1%
Suudi Arabistan	214.242	243.342	240.997	-1,0%
İsrail	165.733	199.049	222.704	11,9%
Slovakya	125.308	151.460	211.542	39,7%
İsveç	267.355	267.339	199.444	-25,4%
Cezayir	139.231	136.130	173.570	27,5%
Rusya Federasyonu	300.814	260.570	159.280	-38,9%
Libya	112.229	120.892	148.095	22,5%
LISTE TOPLAMI (İLK 20 ÜLKE)	12.688.530	13.823.504	12.511.952	-9,5%
AB-28 TOPLAMI	11.394.452	12.443.129	10.955.868	-12,0%
GENEL TOPLAM	14.959.139	16.256.751	14.855.534	-8,6%

Hazır giyim alanında Türkiye'nin en önemli rakipleri, özellikle düşük ihrac fiyatlarına sahip Uzakdoğu ülkeleridir. 2005 yılında tekstil ve hazır giyim ticaretindeki kotaların kalkmasıyla dünyanın en büyük hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı olan Çin, dünya tekstil ve hazır giyim pazarındaki liderliğini güçlendirmektedir. Diğer taraftan, 2007 yılının ortalarında ABD'de ortaya çıkan finansal kriz, 2009 yılında hem ABD'de hem de AB'de daha da derinleşmiş; büyük ölçüde bu pazarlara ihracat yapan gelişmekte olan ekonomilerde de daha yıkıcı etkiler yaratarak tüm dünyayı etkisine almıştır. Bu olumsuz koşullarda özellikle gelişmiş ülkelerdeki tüketicilerin zorunlu olmayan mallardaki tüketimlerini büyük ölçüde kısmaları pek çok üründe olduğu gibi hazır giyim harcamalarının da azalmasına yol açmış ve bu durumdan ülkemiz hazır giyim ihracatı da çok olumsuz bir biçimde etkilenmiştir. AB pazarındaki olumsuz gelişmelerin yanı sıra, son yıllarda komşu ve çevre ülkelerde yaşanan siyasi istikrarsızlık ile Dolar-Euro paritesindeki değişim tüm sektörlerde olduğu gibi hazır giyim ihracatımızı da olumsuz yönde etkilemiştir.

Diğer taraftan; 2013 yılı itibarıyla AB ülkelerinin ekonomilerinde yaşanan toparlanmaya bağlı olarak daha önceki yıllarda %82 seviyelerinde olan AB ülkelerinin ihracatımızdaki payının yeniden artma eğilimine girdiği gözlenmektedir. 2015 yılı itibarıyla AB'nin hazır giyim ihracatımızdaki payı 2015 yılında %73,7'dir.

2.2. İTHALAT

Türkiye'nin hazır giyim ithalatı, kotaların kaldırılması süreciyle birlikte, özellikle 2003 yılından itibaren hızla yükselmeye başlamış ve 2011 yılı itibarıyla 2,9 milyar dolara ulaşmıştır. Ancak 2012 yılında hazır giyim ithalatımız %20,9 oranında gerileyerek 2,3 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise sektör ithalatı yeniden artış göstererek 2,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu değer, 2014 yılında bir önceki yıla göre %2,3 oranında artış göstermiş ve yeniden 2,9 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır.

2015 yılında ise sektör ithalatımız %7,6 oranında azalarak 2,7 milyar dolara gerilemiştir. Çin, Bangladeş, Hindistan, Vietnam, Kamboçya, Sri Lanka, Endonezya ve Pakistan'dan gerçekleştirilen hazır giyim ithalatı 1998'de %7 payla sadece 14,5 milyon dolarken, 2015 yılına gelindiğinde %70,5 payla yaklaşık 1,9 milyar dolara ulaşmıştır.

Diğer taraftan son yıllarda Çin ve Bangladeş, ülkemiz ithalatında benzer Uzakdoğu pazarlarını geride bırakarak öne çıkmıştır. Hazır giyim ithalatımızda Çin 1. sırada, Bangladeş 2. sırada yer almaktadır.

2012 yılına kadar anılan ülkelerden yapılan hazır giyim ithalatımız artmış olup, 2012 yılında Çin'den yapılan ithalat %26,6, Bangladeş'ten yapılan ithalat %21,6 oranında azalmıştır.

2013 yılında ise Çin'den %3,4 artış ile 829,6 milyon dolar; Bangladeş'ten ise %45,4 artış ile 780,2 milyon dolar tutarında hazır giyim ithalatı yapılmıştır.

2014 yılında ise Çin ve Bangladeş yapılan hazır giyim ithalatı, sırasıyla %0,2 ve %1,7 oranında azalış göstermiştir.

2015 yılında ise, Çin'den yapılan sektör ithalatı %9,1 oranında, Bangladeş'ten yapılan ithalat ise %2 oranında azalmasına rağmen, söz konusu ülkeler, ülkemizin en fazla ithalat yaptığı ülkeler sıralamasındaki yerlerini korumuşlardır.

Sektör ithalatında 3. sırada İtalya yer almaktadır. İtalya'dan 2015 yılında %10,6 azalış ile 143,2 milyon dolar tutarında ithalat gerçekleştirilmiştir.

2.2.1. Türkiye'nin Örme Giyim İthalatı

Tablo 4: Türkiye'nin Örme Giyim İthalatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün tanımı	2013	2014	2015	Değişim (14/15)
6101	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	11.175	10.154	9.826	-3,2%
6102	Kadın/kız çocuk için dış giyim	9.224	13.009	13.620	4,7%
6103	Erkek/erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	30.541	34.391	35.799	4,1%
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	72.559	86.825	85.613	-1,4%
6105	Erkek/erkek çocuk için gömlek	35.683	39.541	42.633	7,8%
6106	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek; bluz	34.250	28.607	24.631	-13,9%
6107	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	8.843	11.940	11.513	-3,6%
6108	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim	22.200	26.736	23.007	-13,9%
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası	168.520	186.262	163.657	-12,1%
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya	323.646	312.062	233.485	-25,2%
6111	Bebek için giyim eşyası	43.757	48.027	47.491	-1,1%
6112	Spor kıyafetleri, kayak, yüzme kıyafetleri	28.216	30.907	28.904	-6,5%
6113	Emdirilmiş, sıvanmış mensucattan örülmüş giyim eşyası	3.717	4.594	4.868	6,0%
6114	Diğer giyim eşyası	6.621	6.684	7.887	18,0%
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler	48.534	41.742	35.755	-14,3%
6116	Eldiven	76.087	90.018	77.978	-13,4%
6117	Giyim eşyasının diğer aksesuarı; hazır aksesuar ve parçaları	17.653	13.498	13.080	-3,1%
	Toplam	941.224	984.999	859.747	-12,7%

2015 yılında, örme ürünlerde ithalat 860 milyon dolar olarak gerçekleşirken, kazak ve tişörtler en önemli kalemleri oluşturmuştur.

2.2.2. Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İthalatı

Tablo 5: Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İthalatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün tanımı	2013	2014	2015	Değişim (14/15)
6201	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	157.635	171.780	158.415	-7,8%
6202	Kadın/kız çocuk için dış giyim	165.645	206.681	163.293	-21,0%
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	367.141	345.528	303.431	-12,2%
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	442.724	414.297	359.459	-13,2%
6205	Erkek/erkek çocuk için gömlek	173.646	176.698	169.435	-4,1%
6206	Kadın/kız çocuk için gömlek, bluz, vs.	119.413	130.979	128.632	-1,8%
6207	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	2.111	2.422	1.746	-27,9%
6208	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim	4.658	4.656	3.953	-15,1%
6209	Bebek için giyim eşyası ve aksesuar	19.477	20.614	21.388	3,8%
6210	Plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası	211.565	214.767	310.271	44,5%
6211	Kadın/kız çocuk için spor, kayak ve yüzme kıyafetleri vb giyim eşyası	67.818	53.925	47.254	-12,4%
6212	Sütyen, korse, korse kemer, pantolon askısı, çorap bağı, jartiyer	43.585	49.938	41.844	-16,2%
6213	Mendil	615	812	731	-10,0%
6214	Şal, eşarplar, fularlar, kaşkollar, peçe ve duvaklar vb eşya	51.521	56.333	56.067	-0,5%
6215	Boyun bağı, papyon kravat ve kravatlar	9.093	8.727	6.491	-25,6%
6216	Eldiven	5.035	3.316	3.182	-4,0%
6217	Giyim eşyasının hazır teferruatı, parçaları, aksesuarları	21.236	21.322	15.239	-28,5%
	Toplam	1.862.919	1.882.796	1.790.831	-4,9%

Ürünler bazında hazır giyim ithalatı incelendiğinde, örülmemiş giyim eşyasının 1,8 milyar dolarla daha önemli bir yer tuttuğu görülmüştür. Bu ürünler arasında özellikle kadın ve kız çocukları için takımlar ile plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyaları ithalatta önemli yer tutmuştur.

2.2.3. Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İthalatı

Tablo 6: Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İthalatı (1000 ABD \$)

Ülkeler	2013	2014	2015	Değişim (%) (14/15)
Çin	829.5	828.2	752.9	-9,1%
Bangladeş	780.2	767.0	751.3	-2,0%
İtalya	145.8	160.2	143.1	-10,6%
Mısır	140.3	134.3	130.2	-3,0%
Hindistan	101.0	108.3	94.9	-12,3%
Kamboçya	63.3	94.0	83.6	-11,0%
Vietnam	68.7	84.6	75.3	-11,0%
İspanya	57.9	63.4	62.0	-2,2%
Gürcistan	37.9	54.4	60.1	10,4%
Fas	54.2	51.3	48.0	-6,4%
Mersin Serbest Bölge	36.9	47.8	46.0	-3,8%
Pakistan	30.9	39.2	43.6	11,3%
Sri Lanka	36.6	43.7	37.0	-15,3%
Portekiz	33.4	36.0	32.1	-10,8%
Romanya	34.2	38.1	31.4	-17,7%
Endonezya	31.2	30.4	30.3	-0,2%
Almanya	25.3	30.5	29.2	-4,3%
Bulgaristan	30.1	31.5	23.9	-23,9%
Tunus	30.3	21.2	15.0	-29,0%
İngiltere	16.5	14.6	14.0	-3,6%
Liste Toplamı (İlk 20 Ülke)	2.585.4	2.679.4	2.505.0	-6,5%
GENEL TOPLAM	2.804.1	2.867.7	2.650.5	-7,6%

3. DÜNYA HAZIR GİYİM TİCARETİ

3.1. DÜNYA ÖRME VE ÖRÜLMEMİŞ HAZIR GİYİM TİCARETİ

2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, dünya hazır giyim pazarında hem arz hem de talep yönünde şiddetli bir rekabet yaşanmaya başlamıştır. Kötüleşen ekonomik koşullar nedeniyle A.B.D, Almanya ve Japonya gibi büyük ülkelerde tüketicilerin satın alma kararlarında fiyatın önemi artmaya başlamıştır. Özellikle, tüketicilerin belirli bir kalitedeki ürünü daha düşük fiyatlardan talep etmesi, hazır giyim ürünleri üzerinde ciddi bir fiyat baskısı yaratmıştır.

Diğer taraftan, perakende sektöründe faaliyet gösteren firmaların çeşitlenmesi, sayılarının artması ve faaliyetlerinin genişlemesi hazır giyim ürünlerindeki fiyat rekabetini

şiddetlendirmiştir. Örneğin, geçmişte distribütörlerden ya da doğrudan ithalatçılardan alım yapan perakendeciler, günümüzde doğrudan ithalata, hatta ucuz işçilikle üretim yapan ülkelerde fason üretime yönelmişlerdir. Bu da perakendecilere, aracısız olarak doğrudan tüketiciye ulaşma imkânı vermiş ve fiyatların düşmesine yol açmıştır. Kotaların kalkmasıyla birlikte, büyük alım gruplarının alımlarını tek ya da birkaç ülkede yoğunlaştırması ve bunu üreticiler üzerinde kullanması, fiyatlar konusunda üreticilerin aleyhine önemli bir baskı unsuru oluşturmuştur. Dolayısıyla, bu baskı, hem üretici ülkeler arasında, hem de aynı ülkedeki üreticiler arasında şiddetli bir rekabetin yaşanmasına yol açmıştır.

Kotaların kalkmasıyla dünya tekstil ve hazır giyim pazarlarındaki koşullar değişmiş, firmaların 2005 öncesinde sahip oldukları tedarik imkânları büyük ölçüde sınırlanmıştır. Yeni dönemde ürün tedariki yanında hizmet sunumu da önem kazanmıştır.

Dünya tekstil ve hazır giyim ticaretine etki eden en önemli olay, Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde DTÖ'ye 143. üye olarak girmesi olmuştur. Çin bu üyelikle, DTÖ'nün "Tekstil ve Konfeksiyon Antlaşması"na tabii olmuş ve 2005 yılından itibaren kotaların kaldırılmasıyla tekstil ve konfeksiyon ihracatını önemli oranda artırmıştır. Bununla birlikte, 1,3 milyarlık nüfusa sahip olan Çin aynı zamanda önemli bir pazar durumuna gelmiştir.

Dünya hazır giyim ihracatı 2014 yılında 471,8 milyar dolar civarında gerçekleşmiş olup, bu rakamın 238,3 milyar doları örme ürünlerden, 233,5 milyar doları da örülmemiş ürünlerden oluşmaktadır.

Örme hazır giyim ticaretinde en önemli yeri kazaklar, t-shirtler ile kadın ve kız çocukları için takımlar tutmaktadır. 2014 yılındaki ticaret kazaklarda 54,9 milyar dolar, t-shirtlerde 45,5 milyar dolar, kadın ve kız çocukları için takımlarda ise 41,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Örülmemiş hazır giyim ticaretinde ise en önemli yeri kadın ve kız çocukları için takımlar ile erkek ve erkek çocuklar için takımlar tutmaktadır. 2014 yılındaki ihracat, kadın ve kız çocukları için takımlarda 66 milyar dolar, erkek ve erkek çocuklar için takımlarda ise 50,6 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

3.1.1. Dünya Örme Giyim İhracatı

Tablo 7: Dünya Örme Giyim İhracatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün Tanımı	2012	2013	2014	2015
6101	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	1.789	1.997	2.133	2.497
6102	Kadın/kız çocuk için dış giyim	2.307	2.283	2.633	3.164
6103	Erkek/erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon	14.804	17.050	14.884	13.117
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	39.937	45.599	42.267	37.419
6105	Erkek/erkek çocuk için gömlek	8.471	9.015	8.993	8.512
6106	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek; bluz	5.881	5.942	5.743	5.256
6107	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	5.473	6.308	6.771	6.938
6108	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası	10.504	11.983	13.015	12.712
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası	38.801	42.876	46.239	42.763
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya	48.071	51.349	53.747	51.709
6111	Bebek için giyim eşyası	5.956	6.772	7.282	7.255
6112	Spor kıyafetleri, kayak, yüzme kıyafetleri	4.262	4.620	4.843	4.699
6113	Emdirilmiş, sıvanmış mensucattan örülmüş giyim	1.180	977	1.073	936
6114	Diğer giyim eşyası	5.386	5.919	6.683	6.721
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler	12.863	13.949	14.186	12.797
6116	Eldiven	3.794	4.051	4.368	4.248
6117	Giyim eşyasının diğer aksesuarı; hazır aksesuar ve parçaları	2.893	3.134	3.367	3.289
	Toplam	212.372	203.738	219.656	224,032

Ülkeler bazında bakıldığında, 2015 yılı itibarıyla örme hazır giyim ihracatında Çin (%37,3), Bangladeş (%6,7), Vietnam (%4,9), Hong Kong-Çin (%4,1), Türkiye (%4), Almanya (%3,6), Hindistan (%3,5), İtalya (%3,3), Kamboçya (%2,9), Belçika (%2), İspanya (%2), Fransa (%1,9), Hollanda (%1,6), İngiltere (%1,6) ve Endonezya'nın (%1,5) ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir.

3.1.2. Dünya Örülmemiş Giyim İhracatı

Tablo 8: Dünya Örülmemiş Giyim İhracatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün Tanımı	2012	2013	2014	2015
6201	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	11.823	13.232	14.418	13.552
6202	Kadın/kız çocuk için dış giyim	13.296	15.488	17.891	17.187
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım	42.050	45.168	50.018	48.756
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	52.861	57.075	65.506	65.014
6205	Erkek/erkek çocuk için gömlek	14.626	15.292	16.181	15.705
6206	Kadın/kız çocuk için gömlek, bluz	11.453	13.038	13.702	13.538
6207	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	1.394	1.378	1.487	1.461
6208	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası	2.159	2.342	2.599	2.570
6209	Bebek için giyim eşyası ve	2.354	2.577	2.879	2.572
6210	Plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası	10.716	12.049	12.498	10.612
6211	Kadın/kız çocuk için spor, kayak ve yüzme kıyafetleri giyim eşyası	10.433	11.210	12.220	12.151
6212	Sütyen, korse, korse kemer, pantolon askısı, çorap bağı	9.984	10.907	11.889	11.727
6213	Mendil	250.919	278.02	263.147	224.321
6214	Şal, eşarplar, fularlar, kaşkollar, peçe ve duvaklar vb eşya	4.569	5.298	5.399	4.942
6215	Boyun bağı, papyon kravat ve kravatlar	981.060	1.038	978.427	922.231
6216	Eldiven	956.850	975.28	1.084	1.043
6217	Giyim eşyasının hazır teferruatı, parçaları, aksesuarları	2.424	2.505	2.646	2.515
	Toplam	2.378.971	1.461.901	1.471.991	1.369.897

2015 yılı örülmemiş hazır giyim ihracatında ise Çin (%34,9), Bangladeş (%6,8) ve Vietnam (%5,6) ilk üç sırada yer almıştır. Bu ürünlerin ihracatında önde gelen diğer ülkeler ise İtalya (%5,3), Hindistan (%4,2), Almanya (%3,8), Çin (%3,7), İspanya (%3,3), Türkiye (%2,6), Fransa (%2,6) ve İngiltere (%2,1) olmuştur.

3.1.3. Dünya Örme Giyim İthalatı

Tablo 9: Dünya Örme Giyim İthalatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün Tanımı	2012	2013	2014	2015
6101	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	2.559	2.608	2.701	2.763
6102	Kadın/kız çocuk için dış giyim	3.204	3.184	3.612	3.627
6103	Erkek/erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon	5.290	6.998	7.326	9.151
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	21.926	23.850	26.799	28.762
6105	Erkek/erkek çocuk için gömlek	8.139	8.248	8.478	8.165
6106	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek; bluz	6.441	6.494	6.123	5.433
6107	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	5.465	5.943	6.339	6.492
6108	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası	10.223	10.929	11.527	11.501
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası	34.098	35.790	38.427	36.958
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya	50.256	53.262	55.555	52.576
6111	Bebek için giyim eşyası	6.758	7.170	7.618	7.476
6112	Spor kıyafetleri, kayak, yüzme kıyafetleri	4.029	4.263	4.515	4.275
6113	Emdirilmiş, sıvanmış mensucattan örülmüş giyim	783	872	961	818
6114	Diğer giyim eşyası	5.280	5.821	6.081	6.250
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler	11.203	12.126	12.789	12.057
6116	Eldiven	3.605	3.683	4.068	3.974
6117	Giyim eşyasının diğer aksesuarı; hazır aksesuar ve parçaları	2.812	2.885	2.914	2.809
	Toplam	171.858	194.126	205.833	203.087

2015 yılı itibarıyla dünya toplam hazır giyim ithalatının %23,8'ini (48,513,595 USD) ABD, %8,4'ünü de Almanya (17,038,584 USD) gerçekleştirmiştir.

Ayrıca, bu ürünlerin ithalatında İngiltere (%6,6), Japonya (%6,5), Fransa (%5,1), İtalya'nın (%3,6) ilk sıralarda olduğu görülmektedir.

3.1.4. Dünya Örülmemiş Giyim İthalatı

Tablo 10: Dünya Örülmemiş Giyim İthalatı (1000 ABD \$)

GTİP No	Ürün Tanımı	2012	2013	2014	2015
6201	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	11.136	11.922	13.323	12.934
6202	Kadın/kız çocuk için dış giyim	13.779	15.085	17.171	16.516
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	40.213	42.110	44.038	43.351
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	52,299	53,379	53,394	53,897
6205	Erkek/erkek çocuk için gömlek	14,924	15,247	15,831	15,357
6206	Kadın/kız çocuk için gömlek, bluz, vs.	13,216	14,472	15,121	14,902
6207	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	1,582	1,506	1,489	1,430
6208	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası	2,473	2,343	2,455	2,301
6209	Bebek için giyim eşyası ve aksesuar	2,714	2,746	3,028	2,691
6210	Plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası	8,246	9,287	10,210	9,887
6211	Kadın/kız çocuk için spor, kayak ve yüzme kıyafetleri vb giyim eşyası	9,180	9,566	10,218	10,732
6212	Sütyen, korse, korse kemer, pantolon askısı, çorap bağı, jartiyer	10,488	10,989	11,441	11,622
6213	Mendil	238,242	253,027	261,470	256,488
6214	Şal, eşarplar, fularlar, kaşkollar, peçe ve duvaklar vb eşya	3,745	4,054	4,216	4,424
6215	Boyun bağı, papyon kravat ve kravatlar	970,353	994,701	972,035	855,610
6216	Eldiven	1,067	1,072	1,175	1,098
6217	Giyim eşyasının hazır teferruatı, parçaları, aksesuarları	2,225	2,333	2,435	2,262
	Toplam	66.459	70.492	75.897	74.044

Örülmemiş hazır giyim ithalatında da benzer şekilde ilk sırada 40,575,072 USD ile A.B.D. (%19,8) olmak üzere, Almanya (%8,3), Japonya (%6,6), İngiltere (%6,4), Fransa (%5,6), İspanya (%4,6), İtalya (%3,5), Hong Kong (%3,3), Hollanda (%2,6) ve Güney Kore (%2,6) ilk sıralarda yer almıştır.

4. SWOT ANALİZİ

GÜÇLÜ YÖNLER

- Büyük pazarlara (AB, Rusya ve Ortadoğu gibi) yakınlık
- AB Gümrük Birliği
- Hızlı teslimat
- Lojistik altyapısının güçlü olması
- Esnek üretim yapısı
- Deneyim ve bilgi birikimi
- Yeniliklere süratle uyum
- Entegre üretim yapısı
- Genç makina parkı
- Güçlü üretim altyapısı
- Gelişmiş bir tekstil terbiye sektörünün olması
- Nitelikli işgücü
- Genç nüfus
- Uluslararası alanda sektörlere duyulan güven
- Doğal hammadde varlığı
- Girdi temin kolaylığı
- Kaliteli hammadde temini
- Kaliteli üretim
- Pazarı anlamaya yatkınlık
- Hızlı moda yapabilmek
- Butik üretim yapabilme
- Tasarım ve özgün olabilme kapasitesi
- D-8 üyesi devletlerden (Bangladeş, Endonezya, İran, Malezya, Mısır, Nijerya, Pakistan ve Türkiye) Mısır ve Bangladeş dışındaki 6 ülkenin Tercihli Ticaret Anlaşması'nı onaylamasıyla, bu ülkeler arasında vergisiz ya da çok düşük vergi oranlarıyla ticaret yapılabilmesi

ZAYIF YÖNLER

- AB'nin Türkiye'den bağımsız STA'ları
- Dış ekonomik politikalarda AB'ye olan bağımlılık
- AB sanayi ve ticaret politikaları ile yaklaşım farklılıkları
- Küresel rekabette düşük fiyatlı ürünlerin varlığı
- Çin ve Brezilya gibi gelişen yeni pazarlara coğrafi uzaklık
- Mevcut yatırımlar hakkında veri eksikliği
- Türkiye'nin coğrafi konumunun yeterince değerlendirilememesi
- Yüksek üretim girdi maliyetleri
- Asya ülkelerine kıyasla yüksek girdi maliyetleri (işçilik maliyeti vb.)
- Enerji maliyetleri
- Sektörde faaliyet gösteren firmaların Ar-Ge eksikliği
- Sektörün Ar-Ge desteklerinden yeterince yararlanamaması ve küçük işletmelerde Ar-Ge, Ur-Ge faaliyetlerinin yapılmaması
- Özgün ürün üretilmemesi
- Sektör tarafından yeterli oranda yüksek katma değerli ürün geliştirilememesi
- Sektörün ihtiyaç duyduğu ileri teknoloji makine üretimi eksikliği
- Ara elemanların azalması
- Pazarı etkin kullanamama
- Pazarlama eksikliği ve tanıtım zayıflığı
- Markalaşmada yetersizlik
- Ürün kalitesi konusunda yurt dışında yeterince tanınmama
- Hedef pazarların ve hedef ülkelerin yeterince tanınmıyor olması
- Temiz üretim maliyetleri
- Uluslararası standardizasyon sorunu
- Piyasa gözetimi ve denetiminde yetersizlik
- Merdiven altı üretimin denetimsizliği

FIRSATLAR

- Arap ülkelerinde Türk dizilerinin yaygın izlenmesi neticesinde ortaya çıkan tüketici eğilimleri
- Gelişmekte olan Avrasya ve Orta-Doğu pazarlarına yakınlık
- Kamu-özel sektör işbirliğinin artıyor olması
- Sektörün stratejik yaklaşımla hareket ediyor olması
- Sektörel kuruluşların etkin olması
- Kümelenmelerin yaygınlaşması
- Moda, marka ve perakendecilikte gelişen sektör
- Üniversite-sanayi işbirliğinin artıyor olması
- D-8 üyesi devletlerden Endonezya, İran, Malezya, Nijerya, Pakistan ve Türkiye arasında imzalanan Tercihli Ticaret Anlaşması neticesinde, bu ülkeler ile ticaret hacmimizde artış ve yeni pazarlara açılma fırsatı

TEHDİTLER

- AB'nin halen yürütmekte olduğu bazı STA görüşmelerinde ülkemizin taraf olarak yer alamaması
- Uluslararası pazarlarda tarife dışı engellerin artıyor olması
- Kurdaki yüksek dalgalanma
- İran-ABD arasında yaşanan gerginlik neticesinde İran pazarında yaşanan sıkıntılar
- Bazı Asya ülkelerinin uluslararası pazarlarda ucuz işgücüne dayalı etkinliğinin artıyor olması (Bangladeş, Hindistan, Pakistan ve Vietnam)
- İşgücünün hizmet sektörü gibi diğer gelişen sektörlerle kayması
- Küresel krizin devam ediyor olması neticesinde daralan AB pazarı

5. KAYNAKÇA

- 1- EKONOMİ BAKANLIĞI HAZIR GİYİM SEKTÖR RAPORU
- 2- EKONOMİ BAKANLIĞI BİLGİ SİSTEMİ – www.ekonomi.gov.tr
- 3- TRADEMAP – www.trademap.org
- 4- T.C. BİLİM, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI, TÜRKİYE TEKSTİL, HAZIR GİYİM VE DERİ ÜRÜNLERİ SEKTÖRLERİ STRATEJİ BELGESİ VE EYLEM PLANI 2015-2018