



## MHGF'nin Cazibe Merkezleri Tanıtım Programı'nın ikinci durağı **VAN** oldu

**Nakış  
Sektörü**  
Tekstil ve hazır giyime  
katma değer  
kazandırıyor

•  
MODA  
DÜNYASINDA  
ZARAFETİN İNCE  
DOKUNUŞU

•  
BİRLEŞEN KOBİ'LERE  
VERGİ İNDİRİMİ

•  
ARABULUCULUK  
VE YARGI SİSTEMİMİZDEKİ YERİ

# ŞİMDİ DOĞANIN SESİNİ DİNLEME ZAMANI!

Yemyeşil bir dünya için hemen satış ofisimize gelin!

%10 KDV  
avantajı

Ekim'de  
Teslim

444 0 986

[www.yesilyaka.com.tr](http://www.yesilyaka.com.tr)

mesa  
MESKEN



nurol



**BOĞAZİÇİ  
ELEKTRİK**  
'Her an sizinle'



# ENERJİMLE İŞYERİM GÜVENDE !

**CK BOĞAZİÇİ ELEKTRİK'E 24 AY SÖZÜNÜZE, GÜNEŞ SİGORTA AYRICALIĞINDA  
10.000TL 'DEN 20.000 TL 'YE VARAN İŞYERİ SİGORTASI KAZANMA ŞANSINI KAÇIRMAYIN!**

KAMPANYA, 24 AYLIK SERBEST TÜKETİCİ SÖZLEŞMESİ İMZALAYAN,  
İŞYERİ TARİFESİ ABONELERİ İÇİN GEÇERLİDİR.



**20.000<sup>TL</sup>'YE  
VARAN  
İŞYERİ  
SİGORTASI  
HEDİYE**

Kampanya kapsamında son 12 aylık tüketimi 3.000 kWh'ı (karşılığı olan ortalama aylık yaklaşık 100 TL elektrik tüketimine tekabül etmektedir.) geçen ticarethane tarifesı abonelerinin 24 ay süreyle taahhütlü sözleşme yapmaları ve satış sözleşmesinin ilgili mevzuat kapsamında gerekli süreçlerin tamamlanması koşullarıyla yararlanılabilecektir.



444 6 255 - [www.ckbogazici.com.tr](http://www.ckbogazici.com.tr)

Müşterilerin kampanya kapsamındaki taahhütlerine aykırı davranışları halinde; kampanya kapsamında sunulan hizmetler sona erdirilip müşteriye sözleşme süresi boyunca tahakkuk ettirilecek en yüksek faturanın 2 (iki) katı fesih tazminatı bedeli olarak fatura edilecektir. Kampanyadan faydalanma koşulları ve kampanyaya ilişkin tüm ayrıntılara [www.ckbogazici.com.tr/isyerimguvene](http://www.ckbogazici.com.tr/isyerimguvene) internet sitesinden veya 444 6 255 no'lu çağrı merkezinden ulaşılabilir. Katılan herkes tüm koşulları kabul etmiş sayılır.



## ANADOLU İPLİK ve TEKSTİL FABRİKALARI SANAYİ A.Ş.

[www.anadoluiplik.com.tr](http://www.anadoluiplik.com.tr)

NYLON

PAMUK

POLYESTER



Nylon 6 Düz İplikler (FDY)  
Nylon 6 Tekstüre İplikler (DTY)  
Nylon 6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)  
Nylon 6.6 Düz İplikler (FDY)  
Nylon 6.6 Tekstüre İplikler (DTY)  
Nylon 6.6 Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)



Ring Compact Penye İplikler  
Ring Penye İplikler  
Ring Karde İplikler  
Ring Penye Core-Spun İplikler  
Ring Karde Core-Spun İplikler  
Open-End İplikler  
Famli İplikler



Polyester Tekstüre İplikler (DTY)  
Polyester Tekstüre Elastanlı İplikler (ACY)



Prof. Muammer Aksoy Caddesi No: 1  
Olivium Center Ek Bina 1. Ofis  
Zeytinburnu / İstanbul Katı

Tel: +90 212 415 50 50  
Fax: +90 212 415 56 06

[info@anadoluiplik.com.tr](mailto:info@anadoluiplik.com.tr)

# “Bölgesel Teşviklerin başarısı için kamu, yerel kanaat önderleri ve iş dünyası arasında işbirliği önemli”

Sevgili dostlarım,

**T**ürkiye’de belli aralıklarla görece olarak az gelişmiş yerlere yatırımların yönlendirilmesi ve kalkınmanın hızlanması adına hükümetler teşvikler verdi, vermeye de devam ediyor. Geline nokta baktığımızda bu amaç doğrultusunda belli bir yol alınsa da henüz hedeflenen noktada olmadığımız ortadadır. Peki teşviklerin gerçekten verimli kullanılması ve başarılı olması için neler yapılması gerekiyor?

Bölgesel teşviklerin başarıya ulaşması için başlangıçta sektörel sivil toplum kuruluşlarının görüşleri alınarak yapılacak planlama aşaması sonucun başarısı için hayati önem taşıyor. Çünkü söz konusu STK’lar yıllara dayanan bilgi birikimi ile bu yönde ciddi katkı sağlayacaktır. Bu çerçevede her bölgenin tehdit ve fırsatları değerlendirilerek oraya özel kilit sektörler belirlenmeli ve yatırım yapılacak yerin alt yapı eksiklikleri giderilmelidir. Son çıkarılan Cazibe Merkezleri Programı, bu anlamda 23 ili seçerken aynı zamanda o illerde desteklenecek sektörleri de belirledi. Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) olarak bu programın açıklanmasından sonra bir inisiyatif olarak Türkiye’nin üretimde, istihdamda ve ihracatta öncü sektörü olan

tekstil ve hazır giyim düşük yatırım maliyeti ve hızla sonuç vermesi açısından bu illerimiz için biçilmiş kaftan olacağını ilan ettik ve Cazibe Merkezleri Tanıtım Toplantılarını başlattık. Amacımız; sektörümüzün yatırımcı firmalarını bu illerimize götürerek, valilik, belediye başkanlığı, ticaret ve sanayi odaları ile yerel sivil toplum kuruluşları ve kanaat önderleri ile bir araya getirmek ve kentin potansiyelini yerinde görmelerine imkan vermektir. Böylece paydaşlar bir araya gelecek iletişim sorunu ortadana kalkacaktır.

Bu noktada yerelde kamu kuruluşları, oda ve STK’ların, kalkınma ajanslarının evsahipliği noktasında sorumluluklar üstlenmesi de büyük önem taşıyor. Bölgeye belki de ilk kez gelecek yatırımcı ile iyi bir iletişim ve doğru bilgilendirme önyargıların üstesinden gelecek, yatırım ve işbirliğinin önünü açacaktır.

Söz konusu toplantıların basın, internet ve televizyon aracılığıyla ülke gündemine taşınması katılımcı heyet dışında, o ilimizin Türk iş dünyasının gündemine de girmesi açısından oldukça önemli bir etmen. MHGF olarak Iğdır ile başlattığımız Cazibe Merkezleri Tanıtım Toplantılarına çok sayıda ulusal basın

temsilcisi götürerek tanıtımın il sınırlarını aşmasını ve dikkatleri bu ilimize çekmeyi amaçladık. Nitekim Iğdır’daki çalıştayımız 150 farklı mecrada haber olarak yayınlanarak geniş kitlelere ulaşmada önemli bir başarı elde etti. Cazibe Merkezleri Tanıtım Toplantılarımızın Iğdır’dan sonra ikinci durağı ise Doğu Anadolu’muzun kadim tarihi, doğal güzellikleri, sınır ticareti, genç ve dinamik nüfusuyla dikkat çeken ili Van oldu. 22-24 Eylül 2017 tarihleri arasında VANTSO evsahipliğinde düzenlediğimiz Van Tekstil-Hazır Giyimde Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri, şehrin kanaat önderleri ile sektör mensubu yatırımcıları, akademisyenleri ve ulusal basın temsilcilerini bir araya getirdi. Başta VANTSO Yönetim Kurulu Başkanı Necdet Takva ve ekibi olmak üzere Van programımızın gerçekleşmesinde emeği geçen, katkı ve katılım sağlayan herkese teşekkür ediyorum. Cazibe Merkezleri Programının 23 cazibe merkezi ilimiz ve ülke ekonomimiz için verimli olmasını diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

**Hüseyin Öztürk**

MHGF Yönetim Kurulu Başkanı





# AYMER YARN



## ÇİFT SARGILI İPLİKLER

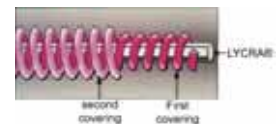
### KULLANIM ALANLARI:

- I) ÇORAP KONÇ LASTİĞİ
- II) DAR DOKUMA
- III) TRİKO
- IV) MEDİKAL



## ÜRÜNLER

| Ürün/<br>PRODUCT | SPANDEX  | KAPLAMA/<br>COVERED<br>YARN | KULLANIM/<br>END USE |
|------------------|----------|-----------------------------|----------------------|
| 130/40*2 D.C.    | 130 Dtex | 44/13/1 *2 PA6              | SOCK TOPS            |
| 130/70*2 D.C.    | 130 Dtex | 78/24/1 *2 PA6              | SOCK TOPS            |
| 156/70*2 D.C.    | 156 Dtex | 78/24/1 *2 PA6              | SOCK TOPS            |
| 165/40*2 D.C.    | 165 Dt   | 78/24/1 *2 PA6              | SOCK TOPS            |
| 940/70*2 D.C.    | 940 Dtex | 78/24/1 *2 PA6              | NARROW WEAVING       |



## ELASTİK SARGILI İPLİKLER

- I) TEK SARGILI İPLİKLER
- II) ÇİFT SARGILI İPLİKLER
- III) HAVA KAPLAMALI İPLİKLER



## ÜRÜNLER

### TEK SARGILI İPLİKLER KULLANIM ALANLARI:

- I) ÇORAP GÖVDESİ
- II) DAR DOKUMA
- III) TRİKO
- IV) DOKUMA
- V) MEDİKAL
- VI) SEAMLESS



| Ürün/<br>PRODUCT | SPANDEX  | KAPLAMA/<br>COVERED<br>YARN | KULLANIM/<br>END USE      |
|------------------|----------|-----------------------------|---------------------------|
| 20/20 S.C        | 22 Dtex  | 22/7/1 PA 66                | SEAMLESS/<br>HOSIERY      |
| 20/40 S.C        | 22 Dtex  | 40/13/13 PA 6 & 66          | SOCKS & HOSIERY           |
| 20/70 S.C        | 22 Dtex  | 78/24/1 PA6                 | SOCKS                     |
| 70/70 S.C        | 78 Dtex  | 78/24/1 PA6                 | SOCKS & NARROW<br>WEAVING |
| 140/70 S.C       | 156 Dtex | 78/24/1 PA6                 | SOCKS                     |

## ÜRÜNLER

| Ürün/<br>PRODUCT | SPANDEX | KAPLAMA/<br>COVERED<br>YARN | KULLANIM/<br>END USE |
|------------------|---------|-----------------------------|----------------------|
| 15/20 AC         | 17 Dtex | 22/17/1 PA66                | SEEMLESS             |
| 20/20 AC         | 22 Dtex | 22/17/1 PA66                | SOCKS & HOSIERY      |
| 20/40 AC         | 22 Dtex | 44/13/1 PA6&66              | SOCKS & HOSIERY      |
| 15/70 AC         | 17 Dtex | 78/24/1 PA 6                | SOCKS                |
| 13/70 AC         | 13 Dtex | 78/24/1 PA 6                | SOCKS                |
| 20/70 AC         | 22 Dtex | 78/24/1 PA 6                | SOCKS                |
| 40/140 AC        | 44 Dtex | 78/24/2 PA 6                | SOCKS                |
| 40/70 AC         | 44 Dtex | 78/24/1 PA 6                | SOCKS & WOVEN        |
| 20/75 AC         | 22 Dtex | 83/36/1 PES                 | SOCKS                |
| 20/150 AC        | 22 Dtex | 166/36/1 PES                | SOCKS                |
| 40/150 AC        | 44 Dtex | 166/36/1 PES                | SOCKS                |

## HAVA KAPLAMALI İPLİKLER

### KULLANIM ALANLARI:

- I) ÇORAP GÖVDESİ
- II) DAR DOKUMA
- III) TRİKO
- IV) DOKUMA
- V) MEDİKAL
- VI) SEAMLESS

# AYMER DIŞ TİC. A.Ş.

BAKIRCILAR VE PİRİNÇCİLER  
SANAYİ SİTESİ  
MENEKŞE CAD. NO: 10/2  
34524 BEYLİKDÜZÜ-BÜYÜKÇEKMECE  
İSTANBUL / TÜRKİYE

Tel: +90 (212) 875 07 02 (pbx)  
Faks: +90 (212) 875 08 04  
Cep: +90 (532) 633 92 96  
E-Posta: [aliates@aymeras.com](mailto:aliates@aymeras.com)  
Web: [www.aymeras.com](http://www.aymeras.com)



48

## Nakış ve işleme sanayi, Türk tekstil ve hazır giyimine katma değer sağlıyor

NAKİŞ VE İŞLEME SANAYİ, ÜRETİMDE, İSTİHDAMDA VE İHRACATTA ÖNCÜ TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNE CİDDİ BİR KATMA DEĞER BOYUTU KAZANDIRIYOR. UZUN YILLARA DAYANAN BİLGİ BİRİKİMİNE SAHİP TÜRK NAKİŞ VE İŞLEME SEKTÖRÜ, NİTELİKLİ İŞGÜCÜ, MODERN MAKİNE PARKURU VE DÜNYACA TERCİH EDİLEN KALİTESİYLE ÜLKE EKONOMİSİNE DE KATKI SAĞLIYOR.



82

## Moda dünyasında zarafetin ince dokunuşu

## 03 Başkan dan

## 08 MHGF'nin Cazibe Merkezleri Tanıtım Programı'nda ikinci durak Van oldu: "İşsizliğin çaresi hazır giyim sektörü"



## 14 MHGF İstişare Toplantısında sektör gündemi değerlendirildi

## 16 MHGF BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK: "Avrupalı alıcı tekstilciyi fiyat baskısıyla zorluyor"

## 18 VANTSO YÖNETİM KURULU BAŞKANI NECDET TAKVA: "Şimdi "Van'a yatırım zamanı"

## 28 PPOF DR. NEVİN ÇİĞDEM GÜRSOY: "Teşviklerin yürürlüğe girmesiyle Van'da tekstil imalatı bir ivme yakalayacaktır"

## 30 7 bin yıllık kültür birimine sahip kadim bir kent: Van

## 34 TÜRKONFED BAŞKANI TARKAN KADOOĞLU: "Anadolu 4.0 hikayesini yaratmanın zamanı geldi"

## 36 TÜRKONFED: "KOBİ'lere özel politikalar ekonomik büyümeyi hızlandırıyor"

**38** Türkiye'nin ihracatı yüzde 10,7 artarken hazır giyim yüzde 1,8 düşüş kaydetti

**44** Birleşen KOBİ'lere vergi indirimi

**52** Hazır giyim açısından nakış sektörü

**58** İNSAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI ZAFER ÖZBİLGE:  
"Türkiye nakışı çok iyi biliyor"

**62** MHGF BAŞKAN YARDIMCISI METİN ÇETİNKAYA:  
"Nakış, ürünün satışını artırır"

**64** İNDER BAŞKANI MUİN ALTIN:  
"Kalitesinden dolayı kimse nakışta Türkiye'den vazgeçemez"

**68** DENSAD YÖN. KRL. BŞK. MUSTAFA YASTIKÇI:  
"Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya yatırımla ihracatta sürdürülebilir büyüme sağlanabilir"

**70** GANİDER BAŞKANI MEHMET ALİ BATIR:  
"Nakışta kâr marjları çok düştü"



**40**

**HUKUK:**  
**Arbuluculuk bir alternatif çözüm olabilir mi?**  
**Arbuluculuk ve yargı sistemimizdeki yeri**



**20**

**ÖZEL DOSYA:**  
**Türkiye'nin ve Avrupa'nın Asya'ya açılan kapısı VAN'ın yatırım potansiyeli**



**İmtiyaz Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Adına  
Hüseyin Öztürk

**Genel Yayın Yönetmeni**

Abbas Özpınar

**Editör**

Berna Özpınar

**Görsel Yönetmen**

Abbas Özpınar

**İngilizce Çeviri**

Başak Bilgetekin

**Yayın Kurulu**

İsa Dal

Mukadder Özden

Ali Bozkan

**Prodüksiyon**

İnomedya İletişim ve Yayıncılık

Adnan Kahveci Mah. Evrim Sok.

Gözde Apt. No: 4A D: 62

34528 - Beylikdüzü / İstanbul

Tel: +90 (850) 225 07 00

Fax: +90 (850) 224 64 55

www.inomedya.net

**Baskı**

Metro Kağıt Matbaa ve Malzemeleri San. Ltd. Şti.

Seyrantepe NATO Cad. No: 28/A

Kağıthane / İstanbul

Tel : +90 (212) 269 06 06

Faks: +90 (212) 269 00 35

info@metrokaagit.com

www.metrokaagit.com

**Yönetim Adresi**

Oruç Reis Mah.

11. Sok. No: 59A

34237 Giyimkent-Esenler / İstanbul

Tel: +90 (212) 438 45 75-76

Fax: +90 (212) 438 45 07

mhgf@mhgf.org.tr

www.mhgf.org.tr

**Yayın Türü**

Yaygın, Süreli, 2 Aylık

**Sayı**

No: 22 / EYLÜL-EKİM 2017

» Yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına, ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir.

» Yazı ve haberler kaynak gösterilerek kullanılabilir.



## CAZİBE MERKEZLERİ TANITIM PROGRAMINDA İKİNCİ DURAK VAN OLDU: “İşsizliğin çaresi hazır giyim sektörü”

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU'NUN (MHGF), İĞDIR İLE BAŞLATTIĞI CAZİBE MERKEZLERİ TANITIM PROGRAMI'NIN İKİNCİ DURAĞI VAN OLDU. VAN TİCARET VE SANAYİ ODASI (VANTSO) İŞBİRLİĞİYLE GERÇEKLEŞTİRİLEN “VAN TEKSTİL-HAZIR GIYIMDE YATIRIM FIRSATLARI VE TANITIM GÜNLERİ”NDE SEKTÖR TEMSİLCİLERİ İLE KENTİN KANAAT ÖNDERLERİ BİR ARAYA GELDİ.

**2** 2-24 Eylül 2017 tarihleri arasında VANTSO işbirliğiyle “Van Tekstil-Hazır Giyimde Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri”ni gerçekleştiren MHGF, Türkiye'nin dört bir yanından

hazır giyim yatırımcısı ile akademisyen ve ulusal basın temsilcilerini Van'a götürdü.

Etkinliğin VANTSO'da yapılan açılış programına Van Vali Yardımcısı İbrahim Civelek, Türk Kızılayı Başkan Yardımcısı Ercan

Tan, MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, VANTSO Yönetim Kurulu Başkanı, Doğu Sanayi ve İş Dünyası Federasyonu (DOĞUSİFED) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Müslüm Erbay, Van Bilim ve Sanayi

Müdürü Nevzat Gün, KOSGEB İl Müdür Vekili Hadi Arvas, TOBB Van Genç Girişimciler Kurulu Başkanı Görsel Görmen, Van Terziler Konfeksiyoncular Kunduracılar Giyim Sanatkarları Esnaf Odası Başkanı Çetin Karaduman, Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD) Yönetim Kurulu Başkanı Celal Toprak, Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği (TEMSAD) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Nalbant, Van İŞGEM Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Gedik, Van Tekstilkent İşadamları Derneği (VATİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Bayram, MHGF Başkan Yardımcıları Mukadder Özden, Metin Çetinkaya, VANTSO Başkan Yardımcısı Yavuz Karaman, MHGF Yönetim Kurulu Üyeleri ve Üye Derneklerin Başkanları Mustafa Balkuv, Mehmet Haskaya, Muin Altın, Prof. Dr. Esin Sarıoğlu, Mustafa Koltuksuz, Reşat Gülen, Şaban Öngören, Zafer Özbilge, Sezai Boyraz, Dilek Düzgün, VANTSO Yönetim Kurulu Üyeleri ile çok sayıda sektör mensubu iş insanı katıldı.

VANTSO'da düzenlenen açılışta konuşan MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, Hükümetin Cazibe Merkezleri Programı'nı açıklamasının ardından beş bölgede birer ilde tanıtım toplantıları yapma kararı aldıklarını belirterek ilk toplantıyı Iğdır'da gerçekleştirdiklerini kaydetti. Öztürk, genç nüfusu, altyapısı, tarihi dokusu ve Ortadoğu'nun en büyük pazarı İran'a açılan sınır kapısıyla önemli bir üretim ve ticaret merkezi Van'ı program kapsamında ikinci durak olarak belirlediklerini söyledi. MHGF Başkanı Öztürk sözlerini şöyle sürdürdü:

**MHGF Başkanı Öztürk:**  
**"Hazır giyimde birbiriyle entegre çalışan iller yaratabiliriz"**

"Devletin vereceği bir teşvikten ziyade, bölgenin kaynaklarını daha aktif kullanabilmek adına geldik. Şehrin kendisi ile konuşmasını, tehdit ve fırsatlarını ortaya koymasını sağlamak, kanaat önderleriyle bunu yerinde tartışmak için buradayız. Amacımız düşük yatırım maliyeti ile yüksek istihdam sağla-

yan hazır giyimde standart ürünlerin üretimini Doğu ve Güneydoğu illerimize yönlendirerek bu bölgelerimizin kalkınmasına katkı sağlamak. Van'daki yüksek işsizliğin çaresi hazır giyim. Böylelikle hem büyük şehirlerimizin katma değerli, Ar-Ge'li üretime yoğunlaşmasını sağlar, hem de Anadolu'da hazır giyimde belli ürünlerde uzmanlaşmış, birbiriyle entegre çalışan iller yaratabiliriz."

**"İran giyim ihtiyacının büyük bölümünü Türkiye'den sağlıyor"**

Van'ın İran için bir cazibe merkezi olduğunu da söyleyen MHGF Başkanı, 80 milyonluk İran'ın hazır giyim ihtiyacının yüzde 70'ini ithal ettiğini, bunun da çok büyük bir bölümünü Türkiye'den karşıladığını dikkat çekti.

**Van Vali Yrd. Civelek:**  
**"Van'a Tekstilkent Projesini kazandırdık"**

Toplantıda konuşan Van Vali Yardımcısı İbrahim Civelek, nüfus ve ekonomik anlamda Van'ın bölgede öne çıktığını



**İbrahim Civelek**  
Van Vali Yrd.



**Ercan Tan**  
Türk Kızılayı Bşk. Yrd.



**Hüseyin Öztürk**  
MHGF Yön. Krl. Bşk.



**Necdet Fakva**  
VANTSO Yön. Krl. Bşk.



**Müslüm Erbay**  
DOĞUSİFED Yön. Krl. Bşk.



**Celal Toprak**  
EGD Yön. Krl. Bşk.





belirterek, "Van, cazibe merkezleri kapsamında desteklenen ilk 11 ilden biridir. Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) üzerinden hazırlanan yatırımlar kentimize kazandırılmıştır. Bu yatırımlardan biri Tekstilkent'tir. Tekstilkent'te kurulan fabrikalarımızın hemen hemen hepsi yatırımcılara tahsis edildi" dedi.

### **VANTSO Başkanı Takva: "İşsizlik oranı Türkiye ortalamasının üç katı"**

Organizasyona ev sahipliği yapmanın onurunu ve gururunu yaşadıklarını kaydeden VANTSO Yönetim Kurulu Başkanı Necdet Takva, MHGF'nin çalıştay için Van'ı tercih etmesinin kıymetli ve anlamlı olduğunu belirtti. Takva, Cazibe Merkezleri Programı'nın gerçekçi yaklaşımlar ve çözüm odaklı planlamalarla başarılı sonuçlar ortaya çıkarabileceğine dikkat çekerek "İlimiz Türkiye'nin en genç nüfusuna sahip dört ilinden biri ve yaş ortalamamız 20.06'dır. Bu özellikle emek yoğun sektör olan

tekstil için önemli bir kaynak ve potansiyeldir. İşsizlik oranımız yüzde 11 seviyelerinde olan Türkiye ortalamasının üç katı üzerinde yüzde 35 düzeyindedir. Genç nüfusun değerlendirilmesi açısından tekstil sektörünün Van için önemli bir yatırım alanı ve önemli bir sektör olduğunun farkındayız" diye konuştu.

DOĞUSİFED Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Müslüm Erbay ise Van'ın tarım, hayvancılık, madencilik ve turizm olmak üzere dört ana sektörde öne çıktığını belirterek, "Bu toplantıyla ve Tekstilkent'in kurulmasıyla birlikte beşinci ana ve itici bir sektörün de ilimizin ekonomisinde iddialı bir şekilde yer aldığını görüyor ve bu alanda ciddi atılımlar yapılacağına inanıyoruz" dedi.

### **EGD Bşk. Toprak: "Tekstilkent gibi projelerde kamunun desteği çok önemli"**

Açılış bölümünde bir konuşma yapan Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD) Başkanı



# AKBARKOD®

Barkod Her Yerde !!!

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis



label solutions



BAY. **ENTEGRE PRO**  
veri nesli. çözüm.



ISO 9001:2008  
LL-C  
Certification  
Belge No: 901294

M. Nesih Özmen Mah. Fatih Cad. Zakkum Sk. No: 10 PK 34173 Merter / İstanbul  
Tel : +90 212 637 25 30 (Pbx) Faks : +90 212 637 88 25 - barkod@akbarkod.com



[www.akbarkod.com](http://www.akbarkod.com)



Celal Toprak da Van Tekstil-kent'in önemini vurgulayarak bu tür projelerde kamunun yatırımcıya desteğinin şart olduğuna dikkat çekti.

### Türk Kızılayı'ndan Van'a çadır fabrikası müjdesi

Etkinlik kapsamında Van'da bulunan Türk Kızılayı Başkan Yardımcısı Ercan Tan, "Bir dikiş makinesi gelmesiyle bile on kişiye iş sağlanabilir. Türk Kızılayı olarak Van'da bir çadır fabrikası kurabiliriz. Siz tekstilcilerden aldığımız kumaş bağışlarını yine burada yardım malzemesi haline getirebiliriz. Personel ayarlanır ve bir yer tahsis edilirse üretime başlarız" diye konuştu.

### Van'ın fırsatları panellerde tartışıldı

Van Tekstil-Hazır Giyimde Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri açılış konuşmalarının ardından ilkini MHGF Başkan Yardımcısı Mukadder Özden'in, ikincisini ekonomi yazarı ve TV programcısı Çetin Ünsalan'ın yönettiği iki panelle devam etti. "Hazır Giyim Sektörü ve Van" Başlıklı ilk panelin konuşmacıları MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, İTÜ Tekstil ve Tasarım Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy, LC Waikiki Tedarik Direktörü Şenol Dallı, TOBB Doğu Anadolu Kadın Girişimciler Komitesi Başkanı Nurhan Tekocak'tı. Van'ın potansiyelinin konuşulduğu ikinci panelde ise konuşmacı olarak VANTSO Başkanı Necdet Takva, DAKA Van Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü Sinan Sarıkaya, Meye Tekstil Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Sami, Gündüz Nakış Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Gündüz yer aldı. Koordinatörlüğünü MHGF Yönetim Kurulu Üyesi ve İstanbul

Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD) Yönetim Kurulu Başkanı Zafer Özbilge'nin yaptığı organizasyonun ikinci gününde, Van Merkez OSB ve Van Tekstilkent'te incelemelerde bulunan iş insanları ve ulusal basın temsilcilerinden oluşan heyet, etkinlik kapsamında son gün Van'ın tarihi ve kültürel yerlerini de gezdi.



**Bir dikiş makinesi gelmesiyle bile on kişiye iş sağlanabilir. Türk Kızılayı olarak Van'da bir çadır fabrikası kurabiliriz. Siz tekstilcilerden aldığımız kumaş bağışlarını yine burada yardım malzemesi haline getirebiliriz. Personel ayarlanır ve bir yer tahsis edilirse üretime başlarız"**

Etkinlik kapsamında Van OSB'de incelemelerde bulunan MHGF heyetine OSB Müdürü Yavuz Yaşar eşlik etti. Van OSB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Aslan yönetim binasında konuklara bir sunum yaparak OSB hakkında bilgi verdi.



## MHGF Heyeti Van OSB ve Tekstilkent'te incelemeler yaptı

**2** 2-24 Eylül 2017 tarihleri arasında Van Tekstil-Hazır Giyimde Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri düzenleyen MHGF, bu ilimize götürdüğü yatırımcı, akademisyen ve ulusal basın temsilcileriyle Van Merkez OSB ve Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) tarafından yapılan Tekstilkent'te inceleme-

lerde bulundu. Van Tekstilkent İşadamları Derneği (VATİAD) Başkanı Ayhan Bayram organizasyonu ile Meyte Tekstil ve Gündüz Nakış Fabrikalarını gezen heyet buradan Van Merkez OSB'ye geçti. Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Aslan ve OSB Müdürü Yavuz Yaşar ile görüşen heyete Başkan Aslan bir sunum yaptı.



# MHGF İstişare Toplantısında sektör gündemi değerlendirildi

MODA VE HAZIR GIYİM FEDERASYONU'NUN (MHGF) 10 AĞUSTOS 2017'DE İSTANBUL'DA DÜZENLEDİĞİ İSTİŞARE TOPLANTISINDA HEM ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE GERÇEKLEŞTİRİLECEK ÇALIŞMALAR ELE ALINDI, HEM DE SEKTÖRDEKİ SON GELİŞMELER DEĞERLENDİRİLDİ.

**M**HGF, 10 Ağustos 2017 tarihinde İstanbul'da düzenlediği istişare toplantısında hem Federasyon faaliyetlerini ele aldı hem de sektördeki son gelişmeleri değerlendirdi. MHGF Yönetim Kurulu Üyeleri ve üye

derneklerin başkanlarının katıldığı toplantıda MHGF Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi. Federasyon olarak başlattıkları Cazibe Merkezleri Tanıtım Toplantıları'nın ilki Iğdır Tekstil-Hazır Giyimde Yatırım Fir-

satları ve Tanıtım Günleri'nin başarılı bir şekilde sonuçlandığını belirten MHGF Başkanı Öztürk, Iğdır'dan sonra ikinci toplantının 22-24 Eylül 2017'de düzenleneceğini ifade etti. Hazırlık çalışmaları kapsamında Van'a giderek 20 Temmuz 2017 tarihinde Van Valisi Sayın Murat Zorluoğlu, Van Ticaret ve Sanayi Odası (VANTSO) Başkanı Necdet Takva'yı ile görüşüğünü ve Van Tekstilkent'te incelemelerde bulunduklarını kaydetti. Hazır giyim yatırımcılarına Cazibe Merkezlerini tanıtmak için bu programın farklı illerle devam edeceğini söyledi.

## MHGF Yönetim Kurulu Üyeleri sektörleri ve bölgelerindeki gelişmeler hakkında bilgi verdi

Toplantının daha sonraki bölümünde MHGF çatısı altında farklı alt branşları temsil eden yönetim kurulu üyeleri ve başkanlar sektörleri hakkında bilgi vererek güncel ekonomik gelişmeleri değerlendirdi.

Toplantıda geleneksel hale gelen MHGF Yıllık Arama Toplantısı'nın Kasım ayında yapılmasına da karar verildi.



# SANKO Tekstil



GÜÇLÜ



DİNAMİK



ÜRETKEN

[www.sankotextile.com](http://www.sankotextile.com)

[www.sankopazarlama.com](http://www.sankopazarlama.com)



## MHGF BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK: “Avrupalı alıcı tekstilciyi fiyat baskısıyla zorluyor”

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) YÖNETİM KURULU BAŞKANI HÜSEYİN ÖZTÜRK, DÜNYA GAZETESİNE VERDİĞİ DE- MEÇTE, 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNİN AR- DINDAN AVRUPALI ALICILARIN “FİYAT İNDİ- RİN” BASKISINI ARTIRDIĞINI VURGULAYARAK TÜRKİYE’YE ALTERNATİF ÜRETİM ÜSSÜ YA- RATMAYA ÇALIŞTIKLARINA DİKKAT ÇEKTİ.

**G**eçtiğimiz yıl yaşa- nan 15 Temmuz darbe girişiminin ardından tekstil ve hazır giyim firmalarına bir darbe de Avru- palı alıcılardan geldi. Yaşanan sürecin ardından Avrupa'dan 'Fiyatları indirin' baskısı artar- ken, diğer taraftan alıcılar Türki- ye'ye alternatif üretim üssü yaratmaya çalışıyor. Ancak ya- şanan bu sıkıntılara rağmen sektörün yüzünü güldüren ha- berler de geliyor. Halen 3 İtal- yan firmanın Türkiye'de üretimi gündemine aldığı ve görüşme- lerin sürdüğü öğrenildi.

Doğu ve Güneydoğu'da 23 ilin cazibe merkezi olarak belir- lenmesinin ardından Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) bu kentlerin tanıtımını sağlamak için toplantılara baş- ladı. Geçtiğimiz aylarda ilk ça- lışmayı Iğdır'da düzenleyen MHGF'nin ikinci durağı ise ekim

ayı içinde Van olacak. Cazibe Merkezleri Tanıtım Toplantıları ile ilgili DÜNYA Gazetesi'nden Serkan Akıncı'ya bilgi veren MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, etkinliklerin Van'dan sonra da devam edeceğini ifade ederek, “Aralık başı gibi Elazığ düşün- yoruz. Ocak sonuna kadar 5 şehri ve 5 bölgeyi bitirmiş ola- cağız” diye konuştu.

Öztürk, bu etkinliklerde şehrin sürdürülebilirliğini, yapı- lan yatırımın uzun soluklu kala- bilmesini, o şehrin diğer şehirlerle nasıl çözüm ortağı ya da partner olabileceğini tartış- tıkları 2 günlük çalıştaylar yap- tıklarını anlattı. Toplantılar kapsamında 2 ayrı panel dü- zenlediklerini ifade eden Öz- türk, birinde yerel katılımcılarla şehrin konuşulduğunu diğе- rinde ise daha daha genel ko- nular üstünde durulduğunu belirtti.



Burada dikkat çekmek istedikleri konunun hazır giyim tarafında şehirlerin alt sektörlerle örtüşmesini sağlamak olduğunu ifade eden Öztürk, bölgedeki akademisyenlerin de her konuda gerekli eğitimlerle programı destekleyeceklerini anlattıklarını söyledi.

## İplik 20 TL'ye kadar yükseldi

Darbe girişiminin yaşandığı 15 Temmuz'un ardından "Darbe fırsatçılarına izin verilmemeli" açıklaması yaptığını hatırlatan MHGF Başkanı Öztürk, ancak bu tip davranışların sürdüğünü aktardı.

## "Kapasiteyi doldurup oyundan çıkmamaya çalışıyoruz"

İplik fiyatlarının 12 liradan 20 liraya kadar yükseldiğini dile getiren Öztürk, bunun yanında sektörde maliyetlerin sürekli

arttığını ve müşterilerin fiyat baskısıyla karşı karşıya kaldıklarını ifade etti. Sektördeki fiyat tartışmasından çok, kapasiteyi doldurup oyundan çıkmamaya çalıştıklarını anlatan Öztürk şöyle devam etti: "15 Temmuz, Avrupalı alıcılar tarafından bir baskıya dönüştü. Bu fırsat mı oldu yoksa korkular da mı dönüştü bilmiyoruz ama sonuçta bizi rahatsız ediyor. Türkiye'nin kapasitesi gözardı edilemez. Ancak gördüğümüz, alıcılar buradaki kapasitenin alternatifini oluşturmaya başladı. Yakın bölgelerimizde çok var. Balkanlar bu konuda epey yol aldı. Türkiye'nin hazır giyimle elde ettiği kazanım neredeyse 40 yıllık. Bunu Avrupalıların birkaç yıl içinde bir yerde oluşturmaları çok kolay değil."

Öztürk, diğer yandan İtalya'dan 3 firmanın Türkiye'de üretim yaptırmak için görüşme yaptıklarını sözlerine ekledi.

## Standart ürünlerin üretimi, cazibe merkezlerine kaymalı

İlk çalıştayı Iğdır'da yaptıklarını hatırlatan Hüseyin Öztürk, "Orada gördük ki aslında cazibe merkezlerinin en önemli aktörlerinden birisi muhtarlar. İstihdamı hareketlendirecek, tabana yayacak kesim bu" dedi. Iğdır çalıştayının ardından 10 civarında firmanın organize sanayi bölgesiyle protokol imzaladığını anlatan Öztürk, Van'da da şu anda 20 tane firmanın tekstil sektöründe faaliyette olduğunu dile getirdi.

Buradaki firmaların 5 yıldan beri ufak ufak işler yaptıklarını söyleyen Öztürk şöyle devam etti: "Zincirleri götürüyoruz çalışmaya. 'Ben burada üretim yapacak firmaya iş veririm' diyorlar. Iğdır'dan büyük bir zincirimiz haftada 1-2 TIR ürün alıyor. Burada sürekli dikkat



## Avrupalı alıcı, tekstilciyi fiyat baskısıyla zorluyor

Avrupalı büyük alıcıların, hazır giyim sektörüne baskı yapması, hazır giyim sektörünün fiyat baskısıyla zorlanması, hazır giyim sektörünün fiyat baskısıyla zorlanması, hazır giyim sektörünün fiyat baskısıyla zorlanması...

ERKAN ARİDİ: İstanbul, Türkiye'nin hazır giyim sektöründe, hazır giyim sektöründe, hazır giyim sektöründe...

MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, tekstilciyi fiyat baskısıyla zorluyor, tekstilciyi fiyat baskısıyla zorluyor, tekstilciyi fiyat baskısıyla zorluyor...

Yüksek teknolojiyi kullanarak, yüksek teknolojiyi kullanarak, yüksek teknolojiyi kullanarak...

İplik 20 TL'ye kadar yükseldi, Darbe girişiminin yaşandığı 15 Temmuz'un ardından...

### Standart ürünlerin üretimi cazibe merkezlerine kaymalı

İlk çalıştay Iğdır'da yapıldı, hazır giyim sektöründe, hazır giyim sektöründe, hazır giyim sektöründe...



İstihdamı hareketlendirecek, tabana yayacak kesim bu, hazır giyim sektöründe, hazır giyim sektöründe...

çektığımız şey, şehirlerin standart ürünlerde kendi kimliğiyle hareket etmesi. X şehri tişört üretiyorsa tişört üretmeli, tişörtün bütün yan sanayisiyle beraber orada bir kümelenme olmalı. Partner şehirler oluşturup yan sanayiyi, hammaddeyle beraber denk getirmek lazım."

Büyükşehirlerin standart üründen çıkması gerektiğini vurgulayan Öztürk, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde istihdam ağırlıklı bir teşvik olarsa, bu üretimlerin kaydırılmasıyla başarının sağlanabileceğini bildirdi.

15 Temmuz, Avrupalı alıcılar tarafından bir baskıya dönüştü. Bu fırsat mı oldu yoksa korkular da mı dönüştü bilmiyoruz ama sonuçta bizi rahatsız ediyor. Türkiye'nin kapasitesi gözardı edilemez"

# VANTSO YÖNETİM KURULU BAŞKANI NECDET TAKVA: Şimdi “Van’a yatırım zamanı

VAN ÜLKEMİZİN DOĞU SINIRINDA, BÖLGESİNDE LİDER KONUMDA BULUNAN BİR İLDİR. POTANSİYELLERİ İLE ÇEVRESİNDE ÇEKİM MERKEZİ OLUŞTURAN VAN, ÜLKEMİZİN DOĞUYA AÇILAN EN ÖNEMLİ DURAĞIDIR. HÜKÜMETİMİZİN BAŞLATTIĞI CAZİBE MERKEZLERİ PROGRAMI İLE YATIRIMCILAR İÇİN DE ÖNEMLİ BİR KENT OLMUŞTUR. AÇIKLANAN PROGRAM İLE BÖLGENİN YATIRIMLAR İÇİN CAZİP HALE GETİRİLMESİ AMAÇLANIRKEN, ÖZELLİKLE DOĞU VE GÜNEYDOĞU’DA İSTİHDAM ÖNCELİKLİ YATIRIMLARIN BAŞLATILMASI PLANLANMAKTADIR.

**B**ölgenin teşviğe ve desteğe ihtiyacı var. Bölgesel kalkınmanın sağlanması sadece bölgedeki yerel ekonomik aktörlerin finansmanı ile olmaz. Kamu kaynakları ile destek programının ortaya konulmuş olması değerlidir. Yenilikçi ve güçlü yaklaşımları çok önemsi-

yoruz. Verilecek desteklerin istihdam odaklı olması gerçektir.

## Cazip bir yatırım merkezi

Van sahip olduğu demir, hava ve karayolu ağı, potansiyelleri ve sınır ili olması nedeniyle yatırımcılar için çok cazip bir yer ola-



çaktır. Van Ticaret ve Sanayi Odası (VANTSO) olarak yatırımcıları Van'a davet ediyoruz. VANTSO olarak bizler yatırımcılara her türlü danışmanlığı vermeye hazırız. Yeter ki Van yatırım merkezi olsun. İl dışında bulunan Vanlı yatırımcılarımız başta olmak üzere, tüm yatırımcıları ilimizde yatırım yapmaya davet ediyoruz. Van'ın ve bölgenin kalkınması Türkiye'nin kalkınması demektir. Bölgenin ekonomik kalkınması, sosyo-ekonomik kalkınma demektir. Bu da Türkiye'nin içinde bulunduğu bir çok sorunun çözümü anlamına gelmektedir. Bu nedenle tam da şimdi "Van'a yatırım zamanı" diyoruz.

### **Kapıköy Gümrük Kapısı Modernizasyon Projesi ile Van'ın potansiyeli daha da artacak**

Yatırımlarla gelişecek illerin başında Van geliyor. Özellikle Kapıköy Gümrük Kapısı'nın modernizasyonu ile ilimizin potansiyeli daha da artacaktır. İran Pazarı bizim için çok önemlidir. Bu nedenle Kapıköy Gümrük Kapısı Modernizasyon Projesi ile kentimizin İran pazarında etkinliği daha çok artacaktır. Bu da kentimizi yatırım için daha cazip hale getirecektir.

### **Van Alışveriş Günleri Festivali**

Son üç yıldır yürüttüğümüz ve oldukça başarılı sonuçlar ortaya çıkaran Van Alışveriş Günleri Festivali ile kentimizin İranlılar için çok önemli bir kent olduğunu görmüş olduk. Bizlere düşen bu uygun ortamın korunması, desteklenmesi ve sürdürülebilir olmasını sağlamak.

İlimiz son gelişmelerle ile tekstil yatırımları için çok önemli bir yatırım ortamına sahip olmuştur. İranlı turistlerin kentimizi alışveriş için tercih etmeleri, tekstil yatırımcılarının ilgisini çekecek boyuttadır. Sürekli artan turist potansiyeli ile kentimiz bölgemizin en önemli alışveriş noktası olmuştur. Yeni açılan mağazalar, sürekli artan müşterilere hizmet noktasında önemli gelişmeler göstermektedirler. Bu durum kentimizin yatırımcılar için ne denli güvenli ve uygun bir yatırım merkezi olduğunu göstermiştir.

### **Van Tekstil-Hazır Giyim Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri**

Bu bilgiler ışığında "Van Tekstil-Hazır Giyim Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri"



programı ile ilimize gelen çok değerli konuklarımızı, kıymetli yatırımcılarımızı ağırlamanın mutluluğunu yaşadık. Çok değerli konuklarımızın güneşin, suyun ve kalelerin kenti, Urartulara 500 yıl başkentlik yapmış olan Van'da güzel zaman geçirdiklerini umuyorum. Kadim tarihi ile her dönem önemli bir merkez olan Van, yakın tarihte iki yıkıcı deprem yaşamış olmasına rağmen, küllerinden yeniden doğmuş, bundan sonra da çevresindeki illerin çekim merkezi ve buluşma noktası olacaktır.

Saygılarımla,

**Necdet Takva**

Van Ticaret ve Sanayi Odası (VANTSO)  
Yönetim Kurulu Başkanı

**“Van Tekstil-Hazır Giyim Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri” programı ile ilimize gelen çok değerli konuklarımızı, kıymetli yatırımcılarımızı ağırlamanın mutluluğunu yaşadık”**

# VAN İLİNİN YATIRIM POTANSİYELİ

## Türkiye'nin ve Avrupa'nın Asya'ya açılan kapısı: VAN

VAN İLİ, TÜRKİYE'NİN VE AVRUPA'NIN ASYA'YA AÇILAN KAPISI KONUMUNDADIR. ORTA-DOĞU, KAFKASLAR VE ORTA ASYA'NIN KESİŞTİĞİ BÖLGEDE YER ALMAKTADIR. 2 SAATLİK UÇUŞ MESAFESİNDE 180 MİLYON KİŞİLİK PAZARI İÇEREN 21 ÜLKEYE ULAŞILMAKTADIR.



**S**ahip olduğu stratejik konumu itibarıyla İran, Irak, Ermenistan ve Azerbaycan ülkeleri ile olan ticarete önemli bir üs konumundadır. 500 km'lik mesafede 6 ülke yer almaktadır. Bu ülkeler; İran, Irak, Suriye, Azerbaycan, Gürcistan, Ermenistan'dır.

Van ili stratejik konumunun yanında özellikle turizm, tarım ve hayvancılık, madencilik ve yenilenebilir enerji sektörlerinde yüksek yatırım potansiyeline sahiptir. Komşu ülkelere ihracat potansiyeli yüksek olan mobilya, metal ve plastik sanayi sektörlerinde ve yüksek genç nüfus oranı ile

tekstil gibi emek yoğun sektörlerde yatırımcılara önemli avantajlar sunmaktadır.

Türkiye'nin İran ile olan 560 km sınırının, 300 km'si Van ili sınırlarından oluşmaktadır. İran ile olan ihracatımızın önemli bir kısmının yapıldığı, hem demiryolu hem de karayolu ulaşımının olduğu Kapıköy Sınır Kapısı Van'ın merkez ilçelerine bir saatlik mesafede yer almaktadır.

Kapıköy Sınır Kapısı'nın modernizasyon çalışmalarına, 2016 Ağustos ayında TOBB ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı işbirliği ile başlanmıştır. Bu kapsamda 63 bin m2 alana sahip olacak kompleksin Eylül 2017'de tamamlanması planlanmıştır. Modernizasyon çalışması tamamlandıktan sonra ambargonun kalkması ile 70 milyar dolarlık İran pazarına açılacak bu kapının hem şehir merkezine yakınlığından, hem de daha güvenli bir güzergâh olmasından dolayı Türkiye-İran ticaretinde kilit rol oynaması beklenmektedir.

İran'a açılan Esendere (Hakkâri) ve Gürbulak (Ağrı) sınır kapıları Van'a üç saat mesafede yer almaktadır. Ayrıca bölge açısından bakıldığında Hakkâri üzerinden Irak'a açılan/açılacak Üzümlü ve Derecik sınır kapılarının güzergâhı üzerinde yer almaktadır. Bu da Van'ı İran ve Irak ile yapılan ticarete önemli bir merkez yapmaktadır.

### Dış Ticaret

Van, TÜİK verilerine göre 2016 yılında toplamda 36 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiş olup bunun %70'den fazlasını İran'a yapmıştır. Aynı şekilde 50 milyon do-



larlık ithalatın yaklaşık %50'sini İran'dan gerçekleştirmiştir. (Bkz. Tablo 1)

2015 ve 2016 yıllarında yapılan ihracat/ithalat rakamları karşılaştırıldığında hem ihracatta hem de ithalatta %60'ın üzerinde bir artış olduğu görülmektedir.

Tablo 1'de 2016 yılında en çok ihracat yapıldığı 5 ülke ve bunlara yapılan ihracatın dolar cinsinden değerleri verilmiştir.

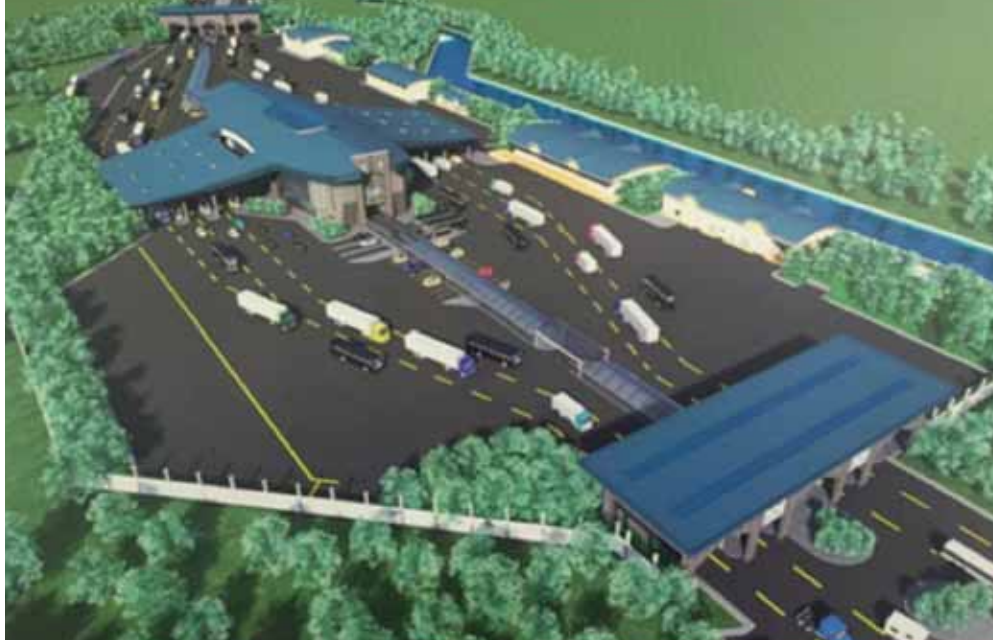
2016 yılında Van ilinden yapılan ihracata ürün bazlı bakıldığında en çok ihraç edilen ürünlerin %16,4 ile giyim eşyası olduğu görülmektedir. Giyim eşyasını 4 milyon dolar ile metal eşya sanayi takip etmektedir. (Bkz. Tablo 2)

Van ilinin 2016 ithalat verilerine bakıldığı zaman en çok ithalat 17 milyon dolar ile ana metal sanayi alanında yapılmıştır. İkinci olarak ise en çok ithalat tarım ve hayvancılık alanında yapılmıştır. Bunun sebebi ise 2016 yılında tarım ve hayvancılığın alt sektörü olan "meyveler, sert kabuklular, içecek ve baharat bitkileri"nden 10 milyon dolar ithalat yapılmış olmasıdır. (Bkz. Tablo 3)

## Turizm

İran, Van ve bölge için dış ticaret açısından çok büyük önem taşıdığı gibi turizm açısından da büyük bir öneme sahiptir. İran'ın 13 günlük Nevruz tatilinde 2016 yılında yaklaşık 20 bin İranlı turist tatillerini geçirmek için Van'ı tercih etmişlerdir. Bu dönemde otel doluluk oranları %95'e kadar çıkmıştır. Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Van Ticaret ve Sanayi Odası ve Kalkınma Ajansı'nın başkanlık yaptığı heyetler özellikle İran'ın Tebriz ve Urumiye kentlerinde Van'ın tanıtımını yaparak, işbirliği imkanlarını geliştirmekte ve yatırım potansiyeli hakkında da iş adamlarını bilgilendirmektedirler.

Van'ın, İran'a yakın olması hasebiyle ve de "UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi"ne girmiş Akdamar Adası'nın, Akdamar Kilisesi'nin, Van Kalesi'nin ve Başkale ilçesindeki Peribacaları'nın da içinde bulunduğu toplamda elliden fazla turistik/tarihi mekân ile hem yerli hem de yabancı turist çekme potansiyeli oldukça yüksektir. Ayrıca Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı kapsamında yapılan Gevaş Abalı Kayak Merkezi ile kış aylarında da çevre illerden yerli turist çekebilmektedir.



**Tablo 1. 2015 ve 2016 Yılları İthalat ve İhracat Verileri, \$ cinsinden**

|            | 2016       |            | 2015       |            |
|------------|------------|------------|------------|------------|
|            | İhracat    | İthalat    | İhracat    | İthalat    |
| İran       | 24.528.348 | 24.522.015 | 14.093.343 | 11.727.258 |
| Irak       | 2.142.035  | -          | 1.789.251  | 10.659     |
| Estonya    | 1.501.634  | -          | -          | -          |
| Azerbaycan | 2.043.821  | 2.977      | 85.626     | 770.318    |
| Kazakistan | 1.138.469  | -          | 626.789    | -          |
| TOPLAM     | 36.206.341 | 50.490.575 | 20.342.152 | 30.358.767 |

TÜİK Dış Ticaret Verileri, Aralık 2016, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)

**Tablo 2: 2016 Yılında Van'dan En Çok İhraç Edilen Ürün Grupları, \$ Cinsinden**

|                                                              | İhracat    |
|--------------------------------------------------------------|------------|
| Giyim eşyası                                                 | 5.946.162  |
| Metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç)                | 4.060.786  |
| Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat            | 3.400.871  |
| Metalik olmayan diğer mineral ürünler                        | 3.216.410  |
| Tekstil ürünleri                                             | 3.055.994  |
| Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makina ve cihazlar | 2.804.988  |
| Kimyasal madde ve ürünler                                    | 2.505.194  |
| Ana metal sanayi                                             | 2.250.177  |
| Plastik ve kauçuk ürünleri                                   | 2.044.406  |
| Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler      | 1.677.123  |
| Dabaklanmış deri, bavul, el çantası, saraciye ve ayakkabı    | 1.629.063  |
| TOPLAM                                                       | 36.206.341 |

TÜİK Dış Ticaret Verileri, Aralık 2016, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)

**Tablo 3: En Çok İthal Edilen Ürün Grupları ve Miktarları, \$ Cinsinden**

|                                                                | İthalat           |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|
| Ana metal sanayi                                               | 17.601.759        |
| Tarım ve hayvancılık                                           | 13.969.600        |
| Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar | 12.934.495        |
| <b>TOPLAM</b>                                                  | <b>50.490.575</b> |

TÜİK Dış Ticaret Verileri, Aralık 2016, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)

2014-2016 yılları arasında Van'a gelen turist sayısına bakıldığında istikrarlı bir şekilde artış olduğu görülmektedir. 2014 yılında yerli 660 bin yerli, 186 bin yabancı turist ziyaret ederken, 2015 yılında 709 bin yerli, 202 bin yabancı olmak üzere toplamda 912 bin turist ziyaret etmiştir. 2016 yılında ise Van'a gelen toplam turist sayısı ilk defa 1 milyonu aşmıştır. Özellikle İranlı turistlerin bölgeye olan ilgisinden dolayı yabancı turist sayısı da 2016 yılında bir önceki seneye oranla %27 artış göstermiştir.

1.100.190 kişilik nüfusu ile Doğu ve Güneydoğu Bölgelerinin en büyük illerinden olup çevresindeki merkezleri ekonomik anlamda etkileyen Van ili, Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi'nde "Bölgesel Çekim Merkezi" olarak nitelendirilmiştir. Kalkınma Bakanlığı tarafından yürütülen Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı kapsamında Van ili, Türkiye'de belirlenmiş 12 Cazibe Merkezi ilden birisidir. Bu bağlamda

finansmanı Kalkınma Bakanlığı tarafından karşılanan ve koordinasyonu Ajansımız tarafından sağlanan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı Van Uygulaması kapsamında, toplam 5 proje yürütülmektedir. Abalı Kayak Tesisi, Tuşba Fuar ve Kongre Merkezi ve İnci Tur Gemi Alımı Projeleri tamamlanmış, Tekstilcent, Urartu Müzesi projelerinin yapımı devam etmektedir. Bu projelerin toplam maliyetinin yaklaşık 110 milyon TL'ye ulaşması beklenmektedir. Yapımı devam eden projelerin tamamlanmasından sonra yeni projelerin hayata geçirilmesi planlanmaktadır.

Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı kapsamında hayata geçirilen en önemli projelerden biri Tekstilcent Projesi'dir. Proje ile tekstil ve konfeksiyon alanında batı illerinde faaliyet gösteren işletmelerin, Van'da kurulması planlanan ihtisas küçük sanayi sitesi benzeri bir model dahilinde, Van'a taşınmasının teşvik edilmesi amacıyla altyapısı hazır, yapım işleri bitmiş bir Tekstil İhtisas Organize Sa-

nayi Bölgesi'nin oluşturulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda proje için 50,5 milyon TL bütçe ayrılmıştır. 2017 Yılı Eylül-Ekim aylarında devam eden yol yapım işinin bitirilmesi ile Tekstilcent Projesi 1.Etap çalışması tamamlanmış olacaktır.

### **Tekstilcent Projesinin ilk etabı tamamlandı ikinci etap geliyor**

İki etaptan oluşan Tekstilcent Projesi'nin birinci etabı 300 da, ikinci etabı ise 269 da olmak üzere toplamda 569 da alandan oluşmaktadır. Proje kapsamında 22 adet 1200 m2, 10 adet 2400 m2 olmak üzere toplamda 32 adet fabrika binası inşa edilmiştir. Altyapısı ve üstyapısı hazır fabrika binaları, yatırımcıya kira ücreti alınmadan tahsis edilmektedir. Yatırımcıdan sadece ortak giderlerin karşılanması için aidat alınması planlanmıştır. Bu aidatın minimize edilmesi için de ayrıca Tekstilcent yerleşkesinde 240kWp GES kurulmuştur.

Bitirilen birinci etaptaki 32 binanın %65-70'inde üretim yapılmaktadır. Hâlihazırda 1200'den fazla kişiye istihdam sağlanmaktadır. Birinci etabın tamamen faaliyete/üretim geçmesi ile 2500-3000 kişilik direkt istihdamın sağlanması hedeflenmektedir.

Ekonomi Bakanlığı Bölgesel Teşvik Uygulaması Altıncı Bölge Teşvikleri ile birlikte İŞKUR tarafından üretime başlayan firmalara İşbaşı Eğitim Programı kapsamında işçi desteği sağlanmaktadır. Bu destekler özellikle batıdan firmaların programa ilgisini

### **Yıllara Göre Gelen Turist Sayısı**

| 2014    | 2015    | 2016      |
|---------|---------|-----------|
| 660,394 | 709,742 | 736,083   |
| 186,981 | 202,868 | 276,514   |
| 847,375 | 912,610 | 1,012,597 |

Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Ocak 2017



# Cama yansıyan hayat

CAM İŞLEME  
CAM DEKORASYON  
PASLANMAZ & DEMİR  
ALÜMİNYUM

## REFERANSLARIMIZDAN BAZILARI:

- Midek Mingü
- Tüpraş Rup Projesi (Mesa Mesken)
- D-Hotel Maris (Midek – Doğu Grubu)
- The Marmara Taksim (Orkon İnşaat)
- Cem Hakkı Evi (İO Yapı)
- Vakko Zorlu AVM
- Beymen Zorlu AVM
- Conrad Otel
- Berenice
- Miü Miü Mağazası İstinyepark
- Prada Mağazası
- Mango Taksim Mağazası
- La Gazetta Mağazaları
- Gizia Mağazaları
- Apartman 18 Erenköy (Aytaç İnşaat)
- Adel Kalemçilik (Aytaç İnşaat)
- Ankanlı Holding Maslak Ofis
- Naftalan Karabağ Senatorium
- Ukrayna Yalta (Sembol İnşaat & Designo Contracts)
- Tema Park Halkalı
- Coquet Mağazası (İDC Mimarlık)
- Acun Ilıcalı (Thax.co. Mimarlık)
- Atami Otel Bodrum
- Hotel La Villa
- Hilton Avcılar
- BCBG
- Pronova Yapı
- The House Cafe
- Sinpaş Yapı
- Romano Botta
- Kocacıkioğlu Mimarlık
- Koton Mağazaları

Merkez: Uğur Mumcu Meh. 2137. Sk. No: 5B-7-9 Sultangazi / İstanbul  
Tel: 444 51 50 Fax: +90 (212) 476 20 01

Fabrika: Osmangazi Mah. Mehmet Deniz Kopuz Cad. No: 21-23 Kırcaç - Esenyurt / İstanbul  
Tel: +90 (212) 655 77 77 Fax: +90 (212) 886 90 50

E-Mail: [adali@adalicam.com.tr](mailto:adali@adalicam.com.tr)

**ADALICAM**

[www.adalicam.com.tr](http://www.adalicam.com.tr)



**Van Organize  
Sanayi Bölgesi**

**Van Tekstilkent 1. Etap**



Tekstilkent Projesi'nin birinci ve ikinci etaplarının tam faaliyete başlamasıyla beraber Van'da tekstil ihracatının artmasının, istihdama ciddi oranda katkı sağlamasının yanında tekstil ve hazır giyim alt sektörlerini de harekete geçirerek sektörel kümelenebilir ortam hazırlaması da beklenmektedir.

### **Sanayi Altyapısı**

Van'da yüksek oranda istihdam sağlayan bir diğer bölge ise Organize Sanayi Bölgesi'dir (OSB). Toplamda 5 etaptan oluşması planlanan OSB'nin, üç etabında üretim yapılmaktadır. Dördüncü etabın altyapı çalışmalarının bu yıl itibarıyla bitirilip tahsisinin yapılması hedeflenmektedir.

Van OSB'nin toplam alanı 508,5 ha alandan oluşmaktadır. Fakat OSB'nin hizmet verdiği üç etap toplamda 158 parselden oluşmaktadır. Bu parseller 109 firmaya tahsis edilmiş olup, tahsis edilebilecek boş parsel bulunmamaktadır. Mevcut durumda 109 firmadan 97 adedi üretim yapmaktadır.

2017 yılında tamamlanması planlanan dördüncü etap ise 60 ha alandan oluşmakta olup, 48 ha alan 22 parsel, 12 ha alan ise bir parsel olmak üzere toplam alan 23 parsel bölünecektir. Fakat Van OSB yönetimine yer tahsis için 300'den fazla yatırımcının başvuru yaptığı ve başvuruların, verilebilir parsel kalmadığından dolayı bekletildiği ifade edilmektedir. Bu durumda dördüncü etabın bitirilip nispeten

cezbetmiş ve bu firmalar Tekstilkent'teki yoğunluğu oluşturmaktadır.

### **Tekstilkent Projesi için ihtisas OSB başvurusu**

Projenin ikinci etap çalışmalarına ise yakın bir zamanda başlanması hedeflenmektedir. Ayrıca Tekstilkent Projesi'nin ihtisas OSB hüviyeti kazanması için Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na başvuruda bulunulmuş, ilgili görüşmeler devam etmektedir.



daha büyük bir alanı olan beşinci etabın bir an önce tamamlanarak yatırımcılara tahsisi gerekmektedir.

### Erciş Organize Sanayi Bölgesi'nin altyapı projeleri bitirildi, ihale aşamasına geçiliyor

Van OSB dışında İŞGEM, Van Küçük Sanayi Sitesi, Mermerciler Sitesi, Toptancılar Sitesi, Erciş Küçük Sanayi Sitesi, Marangozcular Sitesi bulunmaktadır. Ayrıca Erciş Organize Sanayi Bölgesi'nin altyapı projeleri bitirilmiş olup yakın bir tarihte Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından ihaleye çıkarılacaktır. Marangozcular Sitesi'ndeki imalatçıların Tuşba ilçesinde 300 da alanda yapılacak olan Yeni Marangozcular ve Mobilyacılar Sitesi'ne taşınması sağlanacaktır. Bu alanda 450-500 işyerinin taşınması/kurulması ile binlerce kişiye istihdam sağlanacağı öngörülmektedir. Yapılan bu ve benzeri çalışmalar ilimizde sanayiye geliştirmekte ve sanayi sektöründeki istihdamı artırmaktadır. 2016 yılında Van'da sanayi sektörünün istihdamdaki payı önceki yıla göre % 0,4 artarak % 19,6 olmuştur.

### Üniversite, meslek yüksekokulları ve sertifikalı meslek eğitimleri

Sanayi sektörünün olmazsa olmazı olan kalifiye eleman ihtiyacını karşılamak için Yüzüncü Yıl Üniversitesi ile birlikte İl Millî Eğitim Müdürlüğü önemli çalışmalar yapmaktadır. YYÜ çeşitli alanlarda eğitim

**Tablo 6. Mesleki ve Teknik Eğitim Verileri**

|                                                                                  |       |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Van İli Teknik Lise Sayısı                                                       | 50    |
| 2015 yılı Van MEM tarafından verilen sertifikalı mesleki ve teknik eğitim sayısı | 1223  |
| Eğitim Alan Öğrenci Sayısı                                                       | 29227 |
| 2016 yılı Van MEM tarafından verilen sertifikalı mesleki ve teknik eğitim sayısı | 705   |
| Eğitim Alan Öğrenci Sayısı                                                       | 14739 |
| 2015 yılı Van MEM tarafından verilen gelişim programları/kursları sayısı         | 499   |
| Eğitim Alan Öğrenci Sayısı                                                       | 10803 |
| 2016 yılı Van MEM tarafından verilen gelişim programları/ kursları sayısı        | 1153  |
| Eğitim Alan Öğrenci Sayısı                                                       | 19960 |
| İlgili Eğitimleri Verebilecek Eğitimci Sayısı                                    | 400   |

Van Millî Eğitim Müdürlüğü, Aralık 2016

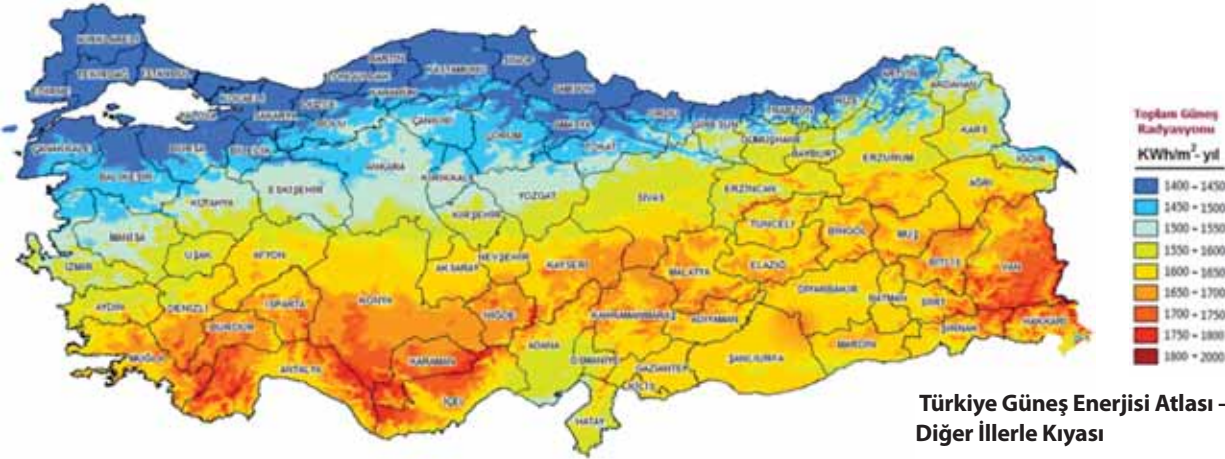


veren 14 meslek yüksekokulu ile bu ihtiyacı karşılamak için eğitim verirken, Van MEM ise meslek liselerinin yanı sıra sertifikalı mesleki ve teknik eğitimler vererek, gelişim kursları/programları düzenleyerek önemli bir açığı kapatmaya çalışmaktadır. (Bkz. Tablo 6)

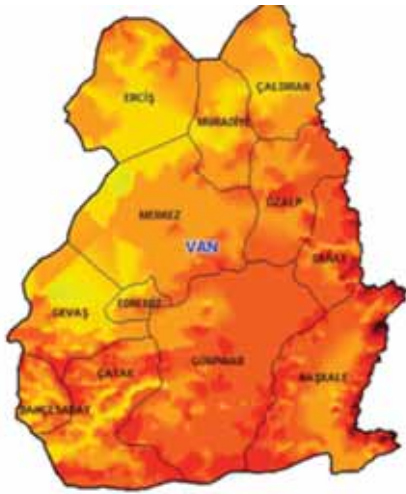
### Tarım ve Hayvancılık

Van ilinde, bölgenin genelinde olduğu gibi istihdamın büyük çoğunluğu tarım ve hayvancılık sektöründedir. TÜİK verilerine göre 2015 yılında bölgede tarım sektörünün istihdamdaki payı %46,9 olarak gerçekleşmiş ve bir önceki yıla göre sabit kalmıştır.

*“Van OSB dışında İŞGEM, Van Küçük Sanayi Sitesi, Mermerciler Sitesi, Toptancılar Sitesi, Erciş Küçük Sanayi Sitesi, Marangozcular Sitesi bulunmaktadır. Ayrıca Erciş Organize Sanayi Bölgesi'nin altyapı projeleri bitirilmiş olup yakın bir tarihte Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından ihaleye çıkarılacaktır”*



**Türkiye Güneş Enerjisi Atlası – Van'ın Diğer İllerle Kıyası**



**Van İli Güneş Enerjisi Atlası**



Van'ın toplam arazisi 2,1 milyon hektar olup bunun 372 bin hektarlık kısmı tarım arazisinden oluşmaktadır. Fakat modern tarıma geçiş yapılmadığından ve tarımsal verimlilik düşük değerlere sahip olmasından dolayı söz konusu potansiyelden yeterince faydalanılmamaktadır. Çayır ve mera alanlarının içindeki %67'lik alanı oluşturması ise Van'ın Türkiye'de küçükbaş hayvan sayısının en fazla olan il olmasını açıklamaktadır. Fakat bu alanda modern sistemler kullanılmadığı ve çiftçiler yeterli bilgi birikimine sahip olmadığı için et ve süt üretimi Türkiye ortalamasının oldukça gerisindedir. Hem tarım hem de hayvancılık sektörü ile ilgili sanayi dalları henüz istenilen seviyede gelişmemiş olmasına rağmen büyük potansiyel taşımaktadır.

### Yenilenebilir Enerji

Van'ın 150 bin hektarlık alanı ise tarım dışı arazilerden oluşmaktadır. Bu 150 bin hektarlık alan, güneş enerjisi yatırımlarının yapılabileceği alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da Van ilini özellikle yenilenebilir enerji alanında Türkiye'de en yüksek arazi varlığına sahip il olmasını sağlamaktadır.

Van ili yıllık 3068 saatlik güneşlenme süresine ve 1635 kWh/m²'lik ısıtım değerine sahiptir. 2013 yılında yürürlüğe giren 6094 Sayılı Kanun ile belirlenen 600 MW'lık Lisanslı Güneş Enerjisi Santrali kotasında, ikinci en yüksek pay(77 MW) Van iline verilmiştir. Bu kota Van ilinin güneş enerjisinden elektrik üretim tesisi yatırımları için ülkemizdeki en uygun il olduğunu göstermektedir.

Kalkınma Ajansı bu konuda halkı bilinçlendirmek, farkındalık oluşturmak ve de ilgili aktörleri, yatırımcıları harekete geçirmek için 3 adet Yenilenebilir Enerji Sempozyumu düzenlemiş, lisansız yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelik iki adet mali destek programı uygulamıştır.

Kalkınma Ajansı Van'da "Güneş Enerjisi İhtisas Endüstri Bölgesi"nin oluşturulması için fizibilite çalışması yaptırmıştır. Bunun neticesinde 4.000 hektarlık alanda kurulacak Güneş Enerjisi Santralinin tam kapasite yıllık üretim gelirinin 1 Milyar TL'yi aşacağı ve yatırımların geri ödeme süresinin 4 – 6 yıl arası olacağı hesaplanmıştır. Kalkınma Ajansı, Van Valiliği aracılığıyla Edremit ilçesinde Güneş Enerjisi İhtisas Endüstri Bölgesi'nin kurulması için Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na 2015 yılında başvuru bulunmuştur.

### İbrahim Güray

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) Genel Sekreteri

[www.daka.org.tr](http://www.daka.org.tr)  
[www.investinvan.org.tr](http://www.investinvan.org.tr)

*Van ili yıllık 3068 saatlik güneşlenme süresine ve 1635 kWh/m²'lik ısıtım değerine sahiptir. 2013 yılında yürürlüğe giren 6094 Sayılı Kanun ile belirlenen 600 MW'lık Lisanslı Güneş Enerjisi Santrali kotasında, ikinci en yüksek pay(77 MW) Van iline verilmiştir"*

# İplikten kumaşa zariף dokunuş



Open End İplik Tesisı

Ring İplik Tesisı

Örgü Kumaş Tesisı

İplik Boya Tesisı

Örgü Kumaş Boya ve Apre Tesisı



Adres: 1. O.S.B. 6. Cad. No: 23 - Malatya  
Tel: +90 (422) 237 51 14 • Fax: +90 (422) 237 51 16  
İstanbul Şube Tel: +90 (212) 481 16 44

E-Mail: [ilsan@ilsantekstil.com.tr](mailto:ilsan@ilsantekstil.com.tr) • Web: [www.ilsantekstil.com.tr](http://www.ilsantekstil.com.tr)

PROF. DR. NEVİN ÇİĞDEM GÜRSOY:

## “Teşviklerin yürürlüğe girmesiyle Van’da tekstil imalatı bir ivme yakalayacaktır”

DOĞU VE GÜNEYDOĞU’DA 23 İLİN CAZİBE MERKEZİ OLARAK BELİRLENMESİNİN ARDINDAN MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU’NUN (MHGF) BU KENTLERİN TANITIMINI YAPMAK ÜZERE BAŞLATTIĞI TOPLANTILAR KAPSAMINDA İKİNCİ DURAĞIMIZ VAN.



**Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy**  
İstanbul Teknik Üniversitesi  
Tekstil Teknolojileri ve  
Tasarımı Fakültesi  
Tekstil Mühendisliği Bölümü

**2**017 Cazibe Merkezli İller Destek Programı, 5 ayrı merkezde 23 ili kapsıyor: Elazığ merkezinde; Elazığ, Malatya, Adıyaman, Tunceli ve Bingöl. Erzurum merkezinde; Erzurum, Erzincan, Gümüşhane ve Bayburt. Van merkezinde; Van, Hakkari, Muş ve Bitlis. Kars merkezinde; Kars, Ardahan, Ağrı ve Iğdır. Diyarbakır merkezinde; Diyarbakır, Şanlıurfa, Mardin, Batman, Siirt, Şırnak.

Devlet tarafından bu kapsamda Doğu ve Güneydoğu illerindeki tekstil üretimine; öz kaynak yüzde 30, kredi yüzde 70 olmak üzere destek var.

22-24 Eylül 2017 tarihlerinde Moda ve Hazır Giyim Federasyonu öncülüğünde başlatılan 23 Cazibe Merkezi tanıtım toplantılarından ikincisi Van’da başladı. MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk’ün organize ettiği 2. Hazır Giyim Çalıştayı adıyla başlayan etkinlik 2 ayrı panel ile devam etti. Panellerden birinde; yerel katılımcılar ile şehir, bölge konuşulurken diğer panelde daha geniş açıdan bakılarak değerlendirmeler yapıldı ve öngörüler konuşuldu.

### **Tekstil, hızlı istihdam sağlaması ve sanayi kültürünü aşılması nedeniyle oldukça önemli**

Tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye’nin önde gelen sanayileri arasında daima ön sıralarda oturmuştur ve Türkiye’nin ihracat sektörleri içinde dünya çapında en fazla söz sahibi olduğu sanayi dalıdır. Özellikle bu teşviklerin yürürlüğe girmesiyle Van’da tekstil imalatı da bir ivme yakalayacaktır. Tekstil, hızlı istihdam sağlaması ve sanayi kültürünü aşılması nedeniyle oldukça önemlidir. Çalıştayda tekstilin düşük yatırım ve yüksek istihdam özelliğiyle bölgeye uygun bir sektör olduğu vurgulandı ve tekstil yatırımları yapılması önerileri dile getirildi. Avrupalı büyük alıcıların, hazır giyim ve tekstilde fiyat baskısı sektörü oldukça zor-

lamakta. Konfeksiyon ve hazır giyim sektörü için Van gibi kentlerimizde standart ürünler üretilir. Bu hususta bölgeye sağlanacak ciddi devlet desteği ile uluslararası rekabet için maliyet avantajı sağlanabilir. Burada dikkat çekmek istediğimiz husus şehirlerin standart ürünlerde kümelenmesi. Partner şehirler oluşturup hammaddesiyle yan sanayisi ile bütünleştirmek gerek. Büyük şehirlerin standart ürün imalatları; Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerine kaydırılmalı. Bu sayede dünya ile rekabetimizde de önemli fayda sağlanacaktır.

### **Van’da en çok ihraç edilen ürünler hazır giyim ve tekstil**

Ortadoğu, Kafkaslar ve Orta Asya’nın kesiştiği bölgede yer alan Van ili, Türkiye’nin ve Avrupa’nın Asya’ya açılan önemli bir kapısı konumundadır. Sahip olduğu stratejik konumu itibarıyla İran, Irak, Ermenistan ve Azerbaycan ülkeleri ile olan ticarette önemli bir merkez konumundadır Van şehrimiz. 500 km’lik mesafesinde 6 ülke yer almaktadır. Şehir, stratejik konumunun yanında yüksek genç nüfus oranı ile tekstil gibi emek yoğun sektörlerde yatırımcılara önemli avantajlar sunmaktadır. 2016 yılı için Van ili ihracat verilerine ürün bazlı bakıldığında; en çok ihraç edilen ürünlerin Hazır giyim ve tekstil olduğu görülmektedir.

Kalkınma ve cazibe merkezleri programı, Van ili için fırsatlar içeren, bölgenin kalkınmasına, refahının artmasına, istihdamının artmasına, göçün azalmasına vesile olacak çok önemli bir projedir. Hedef; üretim ve ihracatı artırmak yoluyla bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmaktır. Van ili; Valilik, Ticaret ve Sanayi Odası, Üniversite, Kalkınma Ajansı ve Belediye arasında kurumsal anlamda iyi bir iş birliği oluşturarak, ekonomisine katkı sağlayacak tekstil sanayi yatırımcılarına kapılarını açmıştır.

26.yıl

NEW SPRING PRODUCT  
**ECEX**  
T E E T H

**ECE**  
FERMUAR-ZIPPER

[www.ecefermuar.com.tr](http://www.ecefermuar.com.tr)

Ece Fermuar San. ve Tic. A.Ş. Firüzköy Mezarlık Altı Cad. No: 10 Avcılar / İSTANBUL  
TEL : 0212 428 23 40 FAX: 0212 428 23 51

# 7 bin yıllık kültür birikimine sahip kadim bir kent: Van

KADER BİRLİĞİ YAPMIŞ VE GELECEK İÇİN AYNI ÜLKEYİ PAYLAŞAN İNSANLARIN DÜŞÜNCE VE DUYGU ÖZELLİKLERİNDEN DOĞAN DEĞERLER BÜTÜNÜDÜR KÜLTÜR. BU YÖNÜYLE VAN YAKLAŞIK 7 BİN YILLIK BİR KÜLTÜR BİRİKİMİNE SAHİPTİR.



**Muzaffer Altuğ**  
Van İl Kültür Müdürü

**A**nadolu'nun en büyük kapalı havzasına sahip, sayısız doğal güzelliği ile her zaman bulunduğu bölgenin parlayan yıldızı olmuştur. Bu özellikleri sayesinde tarih boyunca birçok medeniyetin hüküm sürdüğü, sahip olmak istediği bir yer olmuştur. Van'a sahip olan Urartular, Asurlar,

Medler, Persler, Makedonlar, Sasaniler, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlı İmparatorluğu gibi birçok medeniyetten sayısız kültürel zenginliği toplayarak günümüze ulaştırmıştır.

**“Van Kalesi gölü yürüerek aşacak bir deve gibi”**

Van gölünün kenarında bulunan, Evliya Çelebinin deyi-

miyle oturmuş ve sanki birazdan gölü yürüyerek aşacak gibi duran bir deve misali, Van kalesi, Kurulduğu kayalıklarda bir kartal yuvasını andıran Hoşap kalesi, Van'a tepeden bakan Toprak kale, Büyük ve Küçük Anzaf kaleleri, Akdamar adasında bulunan Akdamar Kilisesi, Yedi Kilise, Sn. Thomas Kilisesi, Aziz Bartelemous kili-

sesi, İzettin Şir Cami, Hürev Paşa Camisi ve Külliyesi, Süleymanhan Camisi, Kayaçelesi Cami, Hürkan Köprüsü, Kızılköprü, Şeytan Köprüsü, Bendi mahi Köprüsü ve daha burada saymadığımız sayısız kültürel miras Van'a ecdadının hediyesi olmuştur.

### Van'ın taşınmaz kültürel varlıkların yanında sözle kuşaktan kuşağa gelen kültür varlıkları

Kaleler, camiler, köprüler, çeşmeler kiliseler gibi taşınmaz kültürel varlıklarımızın yanında sözlü kültürel unsurlar gibi somut olmayan kültürel birikim, el sanatı, yemekler geleneksel oyunlar gibi kuşaktan kuşağa aktarılarak günümüze getirilen kültürel varlıklarımız da mevcuttur.

Van kilimi, Van işi Savatlı Gümüş İşlemeciliği, Ceviz Ağacı Oymacılığı, Çömlekçilik gibi el sanatları ilimizde yaşatılmaya devam edilmektedir. Bu sanatlar Van insanının yedi bin yıllık birikiminin günümüze tezahürüdür.

### Çevresinin yüksek dağlar ve geniş platolarla çevrili olması Van'ı zengin bir doğal bitki örtüsüne sahip olmasını sağlamıştır

Van denilince belki de akla ilk gelen şey meşhur "Van Kahvaltısı"dır. İlimize özgü bir çok ürünün (Otlı Peynir, Murtuğa, Van Cacığı, Van Balı, Kavut vb) bulunduğu Van kahvaltısı ilimizin ülkemizde bilinen bir marka olmuştur ve 2014 yılında Guinness rekorlar kitabına girmeyi başarmıştır. Van'ın mutfak kültürü zenginliği elbette ki sadece kahvaltısıyla sınırlı değildir. Çevresinin yüksek dağlar ve geniş platolarla çevrili olması Van'ı zengin

bir doğal bitki örtüsüne sahip olmasını sağlamıştır. Bu dağ ve platolarda yetiştirilen hayvan etleri ve yine bu dağ ve platolarda yetişen doğal aromalı bitkiler Van mutfak kültürünün zenginliğinde önemli etken olmuştur. Keledoş, Sengeser, Acem Köftesi, Kürt Köftesi, Cılbır, Eşkili, Helise, Keşkek, Püşürük, gibi ilimize özgü bir çok yemek tadını bu dağ ve platolardan yetişen doğal aromalı otlardan almaktadır.

Kültürün yaşam alanı toplumdur. Toplum teker teker bireylerden oluşur bu bireylerin günlük hayatta yaptıkları işlerin toplamı aslında kültürün birer öğeleridir. Hayatta kalabilmek için üretmek zorundadır insan. Beslenmek için yiyecek üretmelidir, eğlenmek için çeşitli oyun-dans üretmelidir, barınmak ve sosyal hayatını sürdürmek için ev-mekan üretmelidir, estetik kaygılarından dolayı sanat üretmelidir, anlaşabilmek için dil üretmeli ve bunu





geliştirmelidir, dile bağlı olarak edebi ürünler üretmelidir, doğayla bütünleşmeli doğanın verdiği nimetlerden yararlanarak ondan yeni ürünler üretmelidir. İnsan tüm bunları üretirken aslında kültürü üretmiştir. Bu anlamda Van; 7 bin yıllık kesintisiz bir birikime sahiptir.

### **Van halk kültürü ile ilgili yapılan çalışmalarda ilimize ait olduğu düşünülen 400 civarında türkü tespit edildi**

Böylesine köklü bir geçmişe sahip olan bir yer elbette kendi türküsünü, masalını, hikayesini, atasözünü, deyimini gibi sözlü kültürel varlıkların yanında dansını, çocuk oyununu, köy seyirlik oyununu da üretmiştir. Van halk kültürü ile ilgili yapılan çalışmalarda ilimize ait olduğu düşünülen 400 civarında türkünün tespit edilmiş olması sahip olduğumuz kültürel zenginliğin boyutunu göstermektedir. Müdürlüğü-

müz tarafından bastırılan "Van Kültür ve Turizm Envanteri III, Halk Kültürü I ve Halk Kültürü II" kitapları bu zenginliğin bir kısmını işlemiş olsa da zengin Van Folklorunun tamamını işlemesi mümkün olmamıştır.

### **Ülkemizin en güzel gölü**

Van'ı Van yapan elbette ki sadece yukarıda saydığımız kültürel miras değildir. Bu zengin kültürel mirasın yanında sahip olduğu doğal güzellikler de Van'a ayrı birer güzellik katmıştır. Ülkemizin en büyük gölüne sahip olması, sadece Van gölünde yaşayabilen Van Balığı (İnci Kefali), Van Kedisi, Ters Lale, dağlarında yetişen binbir çeşit şifalı bitki, rafting sporunun yapılabildiği akarsuları, dağ sporları-zirve tırmanışları ve kayakçılığa uygun dağları, hayvancılığa uygun platoları, şelaleleri ve ovalarıyla bir güzellik abidesidir Van.

#### **Muzaffer Altuğ**

Van İl Kültür Müdürü

*“Van'a sahip olan Urartular, Asurlar, Medler, Persler, Makedonlar, Sasaniler, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlı İmparatorluğu gibi birçok medeniyetten sayısız kültürel zenginliği toplayarak günümüze ulaştırmıştır”*

Yarım asırlık dünya üretimi...



ENTEGRE TEKSTİL İŞL.EML.DAN.SAN. ve TİC.A.Ş.

Melanj İplikler  
Özel Karışım İplikler  
İplik Boya  
Boya-Baskı ve Apre



MIYABI™  
*Soft and smooth touch*



Tel. : +90 212 422 12 81 (8 Hat) [www.gulletekstil.com.tr](http://www.gulletekstil.com.tr)



TÜRKONFED BAŞKANI TARKAN KADOOĞLU:

## “Anadolu 4.0 hikayesini yaratmanın zamanı geldi”

TÜRKONFED VE EDAM İŞBİRLİĞİ İLE HAZIRLANAN “İL BAZINDA REKABET ENDEKSİ” RAPORUNUN YEREL TANITIM TOPLANTILARININ BALIKESİR AYAĞI, 4 AĞUSTOS'TA GÜNMARŞİFED EV SAHİPLİNDE GERÇEKLEŞTİ. BALIKESİR'İN 2008-2014 YILLARI ARASINDAKİ REKABETÇİLİK PERFORMANSINI KARŞILAŞTIRAN RAPOR, BALIKESİR'İN 2014 YILI İTİBARIYLA TÜRKİYE'NİN ÜZERİNDE ENFLASYON SEVİYESİ VE DÜŞÜK DIŞ TİCARET ORANLARI İLE GÖZE ÇARPTIĞINI ORTAYA KOYDU.

**T**ÜRKONFED (Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu) işbirliği ile EDAM (Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi) tarafından hazırlanan “İl Bazında Rekabet Endeksi” raporunun Balıkesir özelindeki sonuçları, GÜNMARŞİFED (Güney Marmara Sanayi ve İş

Dünyası Federasyonu) ev sahipliğinde düzenlenen toplantıda değerlendirildi. TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkanı Tarkan Kadooğlu, GÜNMARŞİFED Yönetim Kurulu Başkanı İsa Tamer Çelik ile TÜRKONFED Ekonomi Danışmanı ve Rapor Yazarı Pelin Yenigün Dilek'in katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda,

Balıkesir ve Çanakkale bölgesinin kişi başı, bölgesel ve sektörel olarak yarattığı Gayri Safi Katma Değer (GSKD) rakamları katılımcılarla paylaşıldı.

**Balıkesir rekabetçilikte 20 sırada bulunuyor**

Balıkesir'in 2008- 2014 yılları arasındaki rekabet perfor-

mansının masaya yatırıldığı toplantıda, rapora göre eğitimde başarılı bir grafik çizen kentin, yaratıcı sermaye emek piyasası ve makroekonomik istikrar göstergelerinde düşüş gösterdiği belirtildi. Balıkesir'in 2014 yılı itibariyle Türkiye'nin üzerinde enflasyon seviyesi ve düşük dış ticaret oranları ile göze çarptığını ortaya koyan rapora göre, kentin rekabetçilikte 81 il arasında 20 sırada bulunduğunu da tespit edildi. Kentteki girişimlerin yüzde 31'inin gıda ve tütün sektörlerinde gerçekleştiğini ortaya seren rapora göre, bu girişimlerin yüzde 55'i düşük-teknoloji kullanan sektörlerde gerçekleşti. Toplantıda, sektörel ve teknoloji kullanım çeşitliliğinin arttırılmasının Balıkesir'in uzun vadeli rekabetçiliğini olumlu etkileyeceği vurgulandı.

### **"KOBİ'lerin teknolojik üretime geçmesi şart"**

Türkiye ekonomisinin yüzde 96'sını oluşturan KOBİ'lerin yüzde 60'ının düşük teknoloji üretilen ürettiğine dikkat çeken TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkanı Tarkan Kadooğlu, "Türkiye ekonomisinin yakaladığı büyüme ivmesini sürdürülebilir kılmak için KOBİ'lerin sadece yüzde 4'ünün yüksek teknoloji üretilen ürettiği bir sanayinin değişim ve dönüşüme ihtiyacı vardır. 2019'a kadar ekonomik ve yapısal reformlara ağırlık verilmesi, KOBİ'lerin kapasitelerini artıracak, üretim ve yatırımı teşvik edecek bir destek programının devreye alınması ve yüksek katma değerli teknolojik üretime geçilmesi Sanayi 4.0 dünyasında artık kaçınılmazdır. Nitelikli iş gücü için eğitim sisteminin bilgi bazlı yeni nesiller yetiştirmesi, mesleki eğitimin uluslararası standartlarda yeni-

den düzenlenmesi, kadınların iş gücüne katılımının artırılmasına dönük politikaların uygulanması ekonominin temellerini sağlamlaştıracak adımlardır" dedi.

### **"Yerelden kalkınma için Anadolu 4.0 hikayesi yaratılmalı"**

Fiziksel, dijital ve biyolojik boyutta gelişen yeni teknolojilerin bugün dünyada ekonomilerin dönüştürücü dinamosunu oluşturduğunu belirten Kadooğlu, sözlerini şöyle sürdürdü: "Artık geleneksel teşvik ve destekler ile kısa vadeli önlemlerin işe yaramayacağı bir çağı yaşıyoruz. Yerelden başlayacak kalkınma noktasında yeni bir hikâye yaratmamızın zamanı gelmiştir. Bu yeni hikâyenin anayasası da, dijital çağın bize özgü ihtiyaçlarına cevap verecek yapısal ve ekonomik reformlardan geçecektir. Türkiye olarak Anadolu 4.0 hikâyesini yaratmanın vakti gelmiştir."

### **"Ar-Ge yaparak ihracata ağırlık vereceğiz"**

Günümüzde sadece üretim yapmanın yetmediğini, inovasyon ve Ar-Ge ile üretim gerçekleştirmenin önemli olduğuna değinen GÜNMAKSİFED Başkanı İsa Tamer Çelik ise şunları söyledi: "Federasyonumuzun kurulduğu günden bu yana gerçekleştirdiğimiz kapsamlı toplantılar, raporlamalar ve bölgenin ekonomik sorunlarının çözümüne yönelik çalışmalar gerçekleştirdik. Diğer yandan KOSGEB işbirliği ile 24 ay süresince bölgemizdeki üyelerimizin ihracat faaliyetlerine destek olacak bir çalışmanın proje süreci de devam ediyor. Önemli bir AB programı kapsamında 11 ülkenin kuruluşlarının çatı örgütü olan PIN-SME, İtalyanların 450 bin KOBİ'sinin

temsilcisi CNA PUGLIA ve Bulgarların ulusal kuruluşu BASSCOM ile bir anlaşma zemini kurarak işbirliği ortamını hazırladık. Ticaret Köprüleri çalışmamızı devam ettiriyoruz. Sadece üretmek de yetmiyor, artık inovatif üretim yapmak durumundayız. Proje ve Ar-Ge yaparak ihracata ağırlık vereceğiz" dedi.

### **İşgücüne katılım ve istihdam oranlarının düşük kalması Balıkesir'in rekabetçiliğini aşağı çekiyor**

TÜRKONFED ve EDAM olarak il bazında Türkiye'nin rekabet haritasını çıkartmayı amaçladıklarını söyleyen TÜRKONFED Ekonomi Danışmanı Pelin Yenigün Dilek, rekabetçiliğin farklı unsurları ve bölgesel bazda farklılıkları da raporda 81 il bazında belirlediklerini aktardı. Balıkesir'in işsizlik rakamlarının Türkiye ortalamasının altında olduğuna dikkat çeken Dilek, "Ancak işgücüne katılım ve istihdam oranlarının düşük kalması Balıkesir'in rekabetçiliğini aşağı çekiyor. Üniversitelerin ürettiği çıktının gittikçe önemli olduğu yeni ekonomik sistemde, Balıkesir'in bilgi üretimi konusunda Türkiye ortalamalarının altında kaldığı göze çarpıyor. Benzer bir şekilde iş dünyasının yaratıcı sermaye (patent tescili, Ar&Ge harcamaları) kullanımı da kısıtlı" dedi.

Balıkesir'in gelirini 2008-2014 yılları arasında Türkiye ortalaması kadar artıramamasının sebeplerinin anlaşılması gerektiğini belirten Dilek, şunları söyledi: "Balıkesir'in piyasa büyüklüğü, insani sermaye ve fiziki altyapıda avantajları mevcut. Makroekonomik istikrar, yaratıcı sermaye ve emek piyasası göstergelerinde anlaşılması gereken noktalar var. Balıkesir sektörel yoğunlaşma-

nın olduğu bir bölgede yer alıyor. Sektörel yoğunlaşma ve bilgi birikimi, teknolojinin akıllı kullanımı ile katma değeri yükseltmede kullanılabilir mi? İşte bu sorunun cevabı kentin rekabetçilikte ne yapacağını da ortaya koyacaktır."



**Tarkan Kadooğlu**  
**TÜRKONFED**  
**Yön. Krl. Bşk.**

**KOBİ'lerin sadece yüzde 4'ünün yüksek teknoloji üretilen ürettiği bir sanayinin değişim ve dönüşüme ihtiyacı vardır. KOBİ'lerin kapasitelerini artıracak, üretim ve yatırımı teşvik edecek bir destek programının devreye alınması ve yüksek katma değerli teknolojik üretime geçilmesi Sanayi 4.0 dünyasında artık kaçınılmazdır"**

# TÜRKONFED: "KOBİ'lere özel politikalar ekonomik büyümeyi hızlandırıyor"



TÜRKİYE 2. ÇEYREK BÜYÜME RAKAMININ DA İLK ÇEYREKTE OLDUĞU GİBİ İŞ DÜNYASINDA BÜYÜK BİR MEMNUNİYET YARATTIĞINI BELİRTEN TÜRKONFED BAŞKANI KADOOĞLU, "BU BÜYÜME RAKAMI, TÜRKİYE EKONOMİSİNİN 2016 ÜÇÜNCÜ ÇEYREKTEKİ DARALMASININ SONA ERDİĞİNİ VE EKONOMİNİN TOPARLANMA DÖNEMİNDE OLDUĞUNU TEYİT ETTİĞİ GİBİ TÜRKONFED OLARAK ÖZELLİKLE ÜZERİNDE DURDUĞUMUZ KOBİ ODAKLI POLİTİKALARIN EKONOMİK BÜYÜMEYE OLUMLU KATKISINI DA GÖZLER ÖNÜNE SERMİŞTİR" DEDİ.

**T**ürkiye ekonomisinin ikinci çeyrekte gerçekleşen yüzde 5,1 oranındaki büyümenin, 2016'da beliren yavaşlama tehlikesinden uzaklaşıldığına işaret ettiğini belirten Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) Yönetim Kurulu Başkanı Tarkan Kadooğlu, sürdürülebilir büyüme için yapı-

sal ve ekonomik reformların uygulanmasının şart olduğuna dikkat çekti. Büyümede Kredi Garanti Fonu (KGF) yoluyla gerçekleşen KOBİ-finance modelinin büyük etkisi olduğunu düşündüklerini ifade eden Kadooğlu, "Son veriler, KOBİ'lere özel politikalar üretildiğinde, ekonomide hızlı bir geri dönüş sağlanabileceğini gösteriyor. Şimdi odaklanmamız gereken ana alan büyümenin kalitesi ve devamlılığıdır. Bunun yolu da katma değeri yüksek bir üretim modeli ile dijitalleşmenin yönetimden üretim süreçlerine kadar etkin bir şekilde uygulanmasından geçiyor" dedi.

## Sürdürülebilir Büyüme için KOBİ'lerin Darboğazlarına Yönelik Çözümler Üretilmeli

Özel tüketimin yüzde 3,2 artarak, büyümeye yüzde 1,9 katkı yapmasının, bir önceki çeyreğe göre tüketimin ivmelenmesinin kesildiğini göstermesi açısından önemli bir veri

olduğunu dile getiren Kadooğlu, şöyle devam etti: "Devletin nihai tüketim harcamalarının da yüzde 4,3 azalması ve büyümeyi yüzde 0,6 aşağı çekmesi dikkat çekici. Ayrıca ihracatın büyümeye yüzde 2.25 katkı yapması da olumlu bir gelişme. Nitekim 10 aydır ihracatta yaşadığımız artış trendine ek olarak reel sektöre verilen desteklerin geri dönüşlerinin alındığını görüyoruz. Yatırımlar içinde inşaattaki büyüme yüzde 25 iken, makine ve teçhizat yatırımlarında yüzde 9 daralma gözleniyor. Yatırımlardaki hızlanma ve özel tüketim harcamalarındaki yavaşlamanın, sürdürülebilir büyüme modeli ile uyumlu olması için, makine & teçhizat yatırımlarının da ivmelenmesi gerekiyor. Orta ve uzun vadeli büyüme potansiyelini, yatırımların kalitesinden etkilenen alan faktör verimlilikleri belirleyecek. Bu da makine ve teçhizat alanına, insan kaynaklarına yatırım yapmadan hızlanamaz. Do-

layısıyla önümüzdeki dönemde de, TÜRKONFED olarak her platformda dile getirdiğimiz KOBİ'lerin darboğazlarına yönelik çözümler üretilmesinin, finansman tarafında olduğu gibi hızlı geri dönüşler sağlanmasını bekliyoruz."

**Son veriler, KOBİ'lere özel politikalar üretildiğinde, ekonomide hızlı bir geri dönüş sağlanabileceğini gösteriyor. Şimdi odaklanmamız gereken ana alan büyümenin kalitesi ve devamlılığıdır. Bunun yolu da katma değeri yüksek bir üretim modeli ile dijitalleşmenin yönetimden üretim süreçlerine kadar etkin bir şekilde uygulanmasından geçiyor"**



Tarkan Kadooğlu  
TÜRKONFED Yön. Krl. Bşk.

Şimşek, 1987'den beri her marka dikiş makinelerin yedek parça satışı konusundaki uzmanlığının yanısıra; konfeksiyon üreticilerinin numune, kesimhane, dikimhane, kalite-kontrol ve ütü-poşet bölümlerinde ihtiyaç duyacakları hemen hemen her ihtiyacı karşılar.

Türkiye mümessilliğini yürütmekte olduğumuz Koban çaga noz, mekik ve masuraları & Beissel dikiş iğneleri ile Mobilya ve Ayakkabı sektörlerinde de sesimizi duyurmayı hedeflemekteyiz.



**Koban**



Çaga noz, mekik ve masura

**KAMINARI®**

Yapışkanlı/yapışkansız pastal, plotter ve cutter kağıtları

**BEISSEL**

Dikiş, nakış ve ev makine iğneleri



**VOMATEX**

Press ütüler için yanmaz bez, sünger, tel vb. kaplamalar

**KAMINARI®**

Kaybolabilen kumaş işaretleme kalemleri



Hava ile kaybolan çizgi taşları

**Sando**

Dikiş makine ayakları

**ARTOS**  
POWER

Lake temizleme, hava, boya, airbrush, kumlama, mazot, pütür tabancaları

**TAGGY 2**

Etiketleme tabancaları

**MAIER**

Dikiş ve kesim makineleri için bıçak ve lüperler

**SİMSEK**  
Şimşek Makina ve Aksamları San.Tic.Ltd.Şti.

Tüm bu markaların Türkiye Mümessalidir.

Anafartalar Cad. No: 500 / 103  
35240 Mezarlıkbaşı - İZMİR  
tel: 0 232 483 31 00  
faks: 0 232 425 98 91  
www.simsekmak.com.tr  
info@simsekmak.com.tr

**simsek**

29 Ekim Mahallesi 325 Sok.  
No:3/C 35875 Yazıbaşı Belediyesi  
Torbali - İZMİR  
tel: 0 232 853 75 45  
faks: 0 232 853 93 95  
www.simsekkagit.com.tr  
info@simsekkagit.com.tr

# Türkiye'nin ihracatı yüzde 10,7 artarken hazır giyim yüzde 1,8 düşüş kaydetti

2017 YILININ İLK SEKİZ AYINDA TÜRKİYE'NİN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI 2016 YILININ AYNI DÖNEMİNE GÖRE %1,8'LİK DÜŞÜŞ İLE 11,4 MİLYAR DOLAR OLDU. AYNI DÖNEMDE TÜRKİYE'NİN GENEL İHRACATI, 2017 YILININ OCAK-AĞUSTOS DÖNEMİNDE 2016 YILININ AYNI DÖNEMİNE KİYASLA %10,7 ORANINDA ARTARAK 102,5 MİLYAR DOLARA YÜKSELDİ.

**T**ürkiye'nin genel ihracatı, 2017 yılının Ocak-Ağustos döneminde 2016 yılının aynı dönemine kıyasla yüzde 10,7 oranında artarak 102,5 milyar dolara yükseldi. Son dört yılın Ocak-Temmuz aylarında ihracatın seyrine bakıldığında, 2014 yılının Ocak-Ağustos döneminde 104,4 milyar dolar olan genel ihracatın 2015 eş döneminde 95,1 milyar dolara gerilediği, 2016 yılının Ocak-Ağustos döneminde 92,6 milyar dolara gerileyen ihracatın 2017 yılının ilk sekiz ayında ise 102,5 milyar dolara yükseldiği görülmektedir.

2016 yılı Kasım ayında bu yana ihracatta artış açıkladıklarını kaydeden TİM Başkanı "Ağustos ayını da artışla kapattık. Yılın geriye kalan 4 ayında da ihracatımızın artarak

155 milyar dolarlık hedefimize ulaşmayı bekliyoruz." dedi. Sadece ihracatın değil tüm makroekonomik göstergelerin iyiye gittiğini ifade eden Büyükekeşi "Sayın Cumhurbaşkanı'nın da ifade ettiği gibi ekonomi alanında tüm göstergeler yükselişi, gelişmeyi, ileriye doğru gidişi işaret ediyor. Daha da ileri gitmememiz için hiçbir sebep yok" dedi.

Ağustos'ta ihracatın lideri 1,8 milyar dolarla yine otomotiv oldu. Bu sektörümüzün ihracatı Ağustos ayında yüzde 9,4 artış kaydetti. Otomotivi sırasıyla 1,7 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon ile 1,5 milyar dolarla kimyevi maddeler sektörleri takip etti. Ağustos ayında en fazla ihracat artışını sanayi ürünlerinde yüzde 179,4 ile Gemi ve

Yat sektörü elde etti. Tarım ürünlerinde ise en fazla ihracat artışını yüzde 70,5 artış ile Zeytin ve Zeytinyağı sektörü yakaladı.

## Türkiye'nin ihracatı artmaya devam ediyor

2016 yılı genelinde aylık bazda yüzde 0,5 ile yüzde 21,4 arasında değişen oranlarda düşüşler görülen Türkiye genel ihracatında düşüş eğilimi yıl sonuna doğru yerini artışa bırakmış ve bu artış eğilimi 2017 yılında devam etti. 2017 yılının Ocak-Ağustos döneminde aylık bazda yüzde 1,8 ile yüzde 31,2 arasında değişen oranlarda artış kaydedildi.

## Ocak-Ağustos dönemi hazır giyim ihracatında yüzde 1,8'lik düşüş

2017 yılının ilk sekiz ayında Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 1,8'lik düşüş ile 11,4 milyar dolar oldu.

Hazır giyim ihracatında 2016 yılının ikinci yarısında ihracatta aylık bazda başlayan düşüş 2017 yılının Ocak ve Şubat aylarında da devam etti. Mart ayında gerçekleşen yüzde 1,8 oranındaki artış Nisan ayında yerini yüzde 11,1'lik düşüşe bıraktı. Mayıs ayında yüzde 0,9 olarak kaydedilen düşüş oranı Haziran ayında yüzde 8,6 olarak gerçekleşti. Temmuz ayına gelindiğinde ise düşüş eğilimi yerini artışa bırakarak yüzde 19'luk bir artış kaydedilirken, bu artış oranı Ağustos ayında yüzde 4,6 oldu.

2017 yılının Ocak-Ağustos döneminde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 11,1



olarak hesaplanmıştır. Bu pay 2014 yılının Ocak-Ağustos döneminde yüzde 12,2, 2015 yılının Ocak-Ağustos döneminde yüzde 11,8 ve 2016 yılının Ocak-Ağustos döneminde yüzde 12,5 idi.

Öte yandan, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının sanayi ihracatı içerisindeki payı 2016 yılının Ocak-Ağustos döneminde yüzde 16,5 iken 2017 Ocak-Ağustos döneminde yüzde 14,4 oldu. Veriler, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün hem Türkiye genel ihracatındaki payının hem de sanayi ihracatındaki payının 2017'nin ilk sekiz ayı itibarıyla azaldığını ortaya koymaktadır.

### Aylık bazda Ağustos ayında hazır giyim yüzde 4,6 artış sağladı

2017 Ağustos ayında Türkiye'den 1,7 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapılmış, ihracat 2016'nın Ağustos ayına kıyasla yüzde 4,6 oranında arttı.

Diğer yandan 2017 Ağustos ayındaki ihracat rakamı değer olarak 2017 yılı ilk sekiz ayı için hesaplanan 1,424 milyar dolarlık aylık ortalama ihracat değerinin üstünde yer aldı.

### En fazla ihracat Almanya, İspanya ve İngiltere'ye yapıldı

2017 yılının Ocak-Ağustos döneminde Türkiye'den en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ihraç edilen ülkeler Almanya, İspanya ve İngiltere olarak sıralanmaktadır. Yılın ilk sekiz ayında Almanya'ya yüzde 0,3 oranında artışla 2,2 milyar dolarlık ihracat yapılırken, İspanya'ya yüzde 16,1 artışla 1,4 milyar dolarlık ve İngiltere'ye yüzde 6,9 düşüşle 1,3 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu üç ülkeyi dördüncü sırada 562,5 milyon dolarlık ihracat rakamı ile Hollanda ve beşinci sırada 557,6 milyon dolarlık ihracat rakamı ile Fransa takip etmektedir. Sırasıyla Irak, İtalya, ABD, Polonya ve Danimarka Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında diğer önde gelen pazarlardır.

### En fazla artış Irak pazarında

2017 yılının ilk sekiz ayında en fazla ihracat yapılan ilk on ülke içinde Almanya, İspanya, Hollanda, Irak ve ABD'ye yönelik hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2016 yılının ilk sekiz ayına kıyasla yüzde 0,3 ile yüzde 28,3 arasında değişen oranlarda art-

mıştır. En yüksek oranlı ihracat artışı yüzde 28,3 ile Irak'a ihracatta kaydedildi.

### İlk 10 ülkeye hazır giyim ihracatının toplamı 11,4 milyar Dolar

İlk on ülke içinde yer alan İngiltere, Fransa, İtalya, Polonya ve Danimarka'ya yapılan ihracatta ise yüzde 5,2 ile yüzde 35,3 arasında değişen oranlarda düşüş görülmüştür. En yüksek oranlı düşüş yüzde 35,3 ile Polonya'ya yönelik ihracatta kaydedildi. 2017 yılında, ilk on ülkeye yönelik hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2016 yılının ilk sekiz ayına göre yüzde 0,4 azalarak 7,7 milyar dolar oldu. Bu ilk on ülkeye gerçekleştirilen ihracat 11,4 milyar dolarlık toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının yüzde 67,8'ine karşılık gelmektedir.

2017 yılının Ocak-Ağustos döneminde 2016 yılının eş dönemine kıyasla ihracatı yüksek oranlı artan ve dolar değeri de yüksek, ihracat artışında öne çıkan ülkelerin başında yüzde 28'lik artış ile Orta Doğu ülkesi Irak gelmektedir. Bu ülkeye ihracat 465,1 milyon dolara yükseldi. İkinci sırada yüzde 937'lik artış ve 136,2 milyon dolarlık ihracat değeri ile AB ülkesi Macaristan yer almaktadır. Rusya Federasyonu yüzde 55'lik artış ve 119,8 milyon dolar ihracat değeri ile üçüncü sırada gelmektedir.

### Örme giyim ilk sırada

2017 yılının ilk sekiz ayında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının üç temel ürün grubunun ikisinde düşüş birinde artış kaydedildi. Örme giyim eşyaları ve aksesuarları en fazla ihraç edilen ürün grubudur. Örme giyim eşyalarının ihracatı 2017 yılı Ocak-Ağustos döneminde 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 2,4 oranında azalarak 5,9 milyar dolara geriledi.

İkinci büyük grup, dokuma giyim eşyaları ve aksesuarlarının ihracatı yüzde 2,4 oranında azalarak 4,1 milyar dolara geriledi. Ev tekstili ürünlerinin de içinde yer aldığı diğer hazır eşya ürün grubunda ihracat yüzde 2,2 artışla 1,3 milyar dolar oldu.

### Kapasite kullanımı yüzde 80,1

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından açıklanan verilere göre, giyim eşyası imalat sanayiinde kapasite kullanım oranı 2017 yılının Ağustos ayında yüzde 79,3 oldu. Sektörel kapasite kullanım oranı

bir önceki ay (Temmuz 2017) yüzde 80,1 ve bir önceki yılın aynı ayında (Ağustos 2016) ise yine yüzde 79,3 olarak açıklanmıştı. Bu rakamlar ışığında, giyim eşyası imalat sanayiinde kapasite kullanım oranının 2017 Temmuz ayına göre yüzde 1 oranında azaldığı ve 2016 Ağustos ayına göre ise herhangi bir değişim olmadığı anlaşılmaktadır.

### Üretim endeksi yüzde 2,4 azaldı

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan güncel verilere göre, giyim eşyası imalat sanayiinde üretim endeksi 2017 yılının Haziran ayında 2016 yılının Haziran ayına kıyasla yüzde 2,4 oranında azalırken, bir önceki aya (2017 Mayıs) göre ise yüzde 0,5 oranında arttı.

### Pariteden arındırılmış düşüş yüzde 0,98

2017 yılı Ocak-Ağustos döneminde yapılan 11,36 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 8,09 milyar dolarla yüzde 71,2'si ihracatın Euro üzerinden gerçekleştirildiği AB-28 ülkelerine yapıldı. Bu çerçevede, 8,09 milyar dolarlık Euro bölgesine yapılan ihracat, yüzde 1,15'lik pariteden kaynaklanan düşüşten arındırıldığında, 8,18 milyar dolarlık gerçek değere ulaşmakta ve bu durumda 2017 yılının Ocak-Ağustos döneminde toplam ihracat tutarı 11,45 milyar dolar olup ihracatta yüzde 0,98'lik düşüş meydana gelmiş olmaktadır.

### İhracatın yüzde 72,8'i AB28 ülkelerine

2017 yılı Ağustos ayında yapılan 1,68 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının 1,22 milyar dolarla yüzde 72,8'i ihracatın Euro üzerinden gerçekleştirildiği AB28 ülkelerine yapılmaktadır.

2016 yılı Ağustos ayında 1 Euro 1,1208 ABD Dolarına eşit iken, 2017 yılının Ağustos ayında Euro'nun değeri ABD Dolarına karşı yüzde 5,26'lık artışla 1,1797 dolar düzeyine yükseldi. Bu çerçevede, 1,22 milyar dolarlık Euro bölgesine yapılan ihracat, yüzde 5,26'lık pariteden kaynaklanan fiktif artıştan arındırıldığında, 1,16 milyar dolarlık gerçek değere ulaşmakta ve bu durumda 2017 yılı Ağustos ayında toplam ihracat tutarı 1,61 milyar dolar olup ihracatta yüzde 0,59 artış meydana gelmiş olmaktadır. (TİM, İTKİB)

# Arabuluculuk ve yargı sistemimizdeki yeri

DERGİNİN BİR ÖNCEKİ SAYISINDA ARABULUCULUK BİR ALTERNATİF ÇÖZÜM YOLU OLABİLİR Mİ DİYE SORMUŞTUK. TÜRK YARGI SİSTEMİNİN BUGÜN İÇİNDE BULUNDUĞU SORUNLARI DİKKATE ALDIĞIMIZDA ARABULUCULUĞUN BİR ALTERNATİF ÇÖZÜM YOLU OLABİLECEĞİNİ RAHATLIKLA SÖYLEYEBİLİRİZ.

**H**akim sayısındaki açık, uyuşmazlıkların sayısındaki artış, yargılama giderlerinin yüksekliliği ve uzun süren ve sonuçlandırılmayan yargılamaları düşündüğümüzde arabuluculuk kurumunun daha iyi ve etkin kullanılmasını sağlamaya çalışmalıyız. Çoğu zaman, ortaya çıkan uyuşmazlıkların taraflar arasında çözilememesinin temelinde kırgınlık, küskünlük, "ben ona gösteririm veya"onu sürüm sürüm süründüreceğim" gibi rasyonel olmayan sebepler yer almaktadır. Arabuluculuk kurumu etkilendiğinde bu tür rasyonel olma sebepleri taraflarca da görülecek ve iyi bir arabulucu bu sebeplerin üstesinden gelerek taraflar arası barışı sağlayabilecektir. O nedenle arabuluculuk kurumuna daha yakından bakmakta fayda vardır.

## Hangi Uyuşmazlıklarda Arabuluculuk Çözüm Yoludur

Hukuk uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu yürürlüğe girmiştir. Aile Hukuku, Ceza Hukuku ve Kamu Hukuku



Doç. Dr. Mehmet Köksal  
mkoksal@koksal.av.tr

alanı dışında kalan özel hukuktan kaynaklanan uyuşmazlıkların arabuluculuk yolu ile çözülmesi amaçlanmaktadır. Ceza Hukuku alanına giren konular doğrudan devletin egemenlik alanını ilgilendirdiği ve taraflardan birinin ki, bu suçlayan taraftır, devlet olması sebebiyle arabuluculuk mümkün değildir. Ancak, hakaret gibi tabiki taraflardan birinin şikayetine bağlı olan suçlarda Ceza Hukukunda da sonucu ve işlevi bakımından arabuluculuğa benzer olan "uzlaşma" yöntemi getirilmiştir. Savcılık aşamasında taraflara uzlaşmak isteyip istemedikleri sorulmakta ve ta-

raflar uzlaşmak isterlerse, uzlaşma müessesesi işletilerek, ceza yargılamasına son verilmektedir. Aile Hukuku alanında da arabuluculuk benzeri olan bir alternatif çözüm yolunun düzenlenmesi ve yürürlüğe girmesi şarttır. Modern toplumlarda bu tür alternatif çözüm yolu bulunmaktadır. Adına da "Mediasyon" denmektedir. Bunu bir eksiklik olarak belirttikten sonra devam edelim.

## Arabuluculuğa Egemen Olan İlkeler

Arabuluculuk yolunun seçilmesi anlaşamama halinde asıl yargılamayı olumsuz etkilemez!

Arabuluculuk Kanunu ile bazı ilkeler getirilmek suretiyle, bu yolun seçilmesi ve sonucunda anlaşamaması halinde tarafların zarara uğraması mümkün olduğunca en aza indirgenmeye çalışılmış ve bir takım ilkeler getirilmiştir.

## İradi olma ve eşitlik

Bu ilke çerçevesinde, taraflar, arabulucuya başvurmak, süreci devam ettirmek, sonuçlandırmak veya bu süreçten vazgeçmek konusunda serbesttirler; gerek arabulucuya başvururken gerekse tüm süreç boyunca eşit haklara sahiptirler.

## Gizlilik

Taraflarca aksi kararlaştırılmadıkça arabulucu, arabuluculuk faaliyeti çerçevesinde kendisine sunulan veya diğer bir şekilde elde ettiği bilgi ve belgeler ile diğer kayıtları gizli tutmakla yükümlüdür. Aksi kararlaştırılmadıkça taraflar da bu konudaki gizliliğe uymak zorundadırlar. Bir başka söyleyişle, arabuluculuk faaliyeti sırasında ne arabulucu ne de taraflar bu süreç boyunca elde ettikleri bilgi ve belgeleri yargılamada kullanabileceklerdir. Bundan

1) Köksal Avukatlık Ortaklığının kurucu ortağıdır. Faal olarak avukatlık yapmaktadır. Aynı zamanda Kıbrıs Yakın Doğu Üniversitesi Hukuk Fakültesi ve Georg-Simon-Ohm Hochschule'de (Nürnberg – Almanya) Öğretim Üyelikleri de yapmaktadır. Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (AHK İstanbul) Uluslararası Tahkim Divanı Başkanı ve Alman Ekonomi Meclisi Türk Alman Ekonomik İlişkiler Özel Yetkilisi ve Diplomatic Council Türkiye Direktörüdür.

anlaşılması gereken, arabuluculuk faaliyeti sırasında elde edilen bilgilerdir. Yoksa, mahkemede delil olarak kullanılabilecek, örneğin bir senet, sırf arabuluculuk faaliyeti sırasında da kullanıldı diye, mahkemede kullanılması yasaklanamayacaktır. Kanun, hukuk davası ve tahkimde ileri sürülebilen deliller, sadece arabuluculukta sunulmaları sebebiyle kabul edilemeyecek deliller haline gelmez demek suretiyle bu hususu teyit etmektedir. Ama örneğin, taraflardan biri arabuluculuk pazarlıkları sırasında, "zaten ben x hususunu biliyordum" derse, bu konu ileride yargılama aşamasında kullanılamayacaktır. Aşağıdaki ilke de bu konuya açıklık getirmektedir.

### Beyan veya belgelerin kullanılamaması

Taraflar, arabulucu veya arabuluculuğa katılanlar da dâhil üçüncü bir kişi, uyuşmazlıkla ilgili olarak hukuk davası açıldığında yahut tahkim yoluna başvurulduğunda, aşağıdaki beyan veya belgeleri, beyan ve belgenin şekline bakılmaksızın delil olarak ileri süremez ve bunlar hakkında tanıklık yapamaz:

a) Taraflarca yapılan arabuluculuk daveti veya bir tarafın arabuluculuk faaliyetine katılma isteği.

b) Uyuşmazlığın arabuluculuk yolu ile sona erdirilmesi için taraflarca ileri sürülen görüşler ve teklifler.

c) Arabuluculuk faaliyeti esnasında, taraflarca ileri sürülen öneriler veya herhangi bir vakia veya iddianın kabulü.

ç) Sadece arabuluculuk faaliyeti dolayısıyla hazırlanan belgeler.

Hatta öyle ki, yukarıda belirtilen bilgilerin açıklanması mahkeme, hakem veya herhangi bir



idari makam tarafından da istenemez. Bu beyan veya belgeler, bu ilkeye aykırı olarak bir tarafça delil olarak sunulmuş olsa dahi hükme esas alınamaz. Ancak, söz konusu bilgiler bir kanun hükmü tarafından emredildiği veya arabuluculuk süreci sonunda varılan anlaşmanın uygulanması ve icrası için gerekli olduğu ölçüde açıklanabilir.

### Arabulucunun Nitelikleri, Hak ve Görevleri

Ancak sicile kayıtlı olan ve arabuluculuk belgesi olan kişiler arabuluculuk yapabilirler.

Sicile kayıtlı olan arabulucular, arabulucu unvanını ve bu unvanın sağladığı yetkileri kullanma hakkına sahiptirler. Arabulucu, arabuluculuk faaliyeti sırasında bu unvanını belirtmek zorundadır.

Arabulucu yapmış olduğu faaliyet karşılığı ücret ve masrafları isteme hakkına sahiptir. Arabulucu, ücret ve masraflar için avans da talep edebilir. Aksi kararlaştırılmadıkça arabulucunun ücreti, faaliyetin sona erdiği tarihte yürürlükte bulunan Arabulucu Asgari Ücret Tarifesi'ne göre belirlenir ve ücret ile masraf taraflarca eşit olarak karşılır.

Arabulucuların taraflarla her zaman ve her yolla görüşme ve iletişim kurma hakkı vardır.

Arabulucu, tarafların her biri ile ayrı ayrı veya birlikte görüş-

bilir ve iletişim kurabilir. Taraflar bu görüşmelere vekilleri aracılığıyla da katılabilirler. Arabulucu görevini özenle, tarafsız bir biçimde ve şahsen yerine getirir. Arabulucu, arabuluculuk faaliyetinin başında, tarafları arabuluculuğun esasları, süreci ve sonuçları hakkında gerektiği gibi aydınlatmakla yükümlüdür.

Arabulucu olarak görevlendirilen kimse, tarafsızlığından şüphe edilmesini gerektirecek önemli hâl ve şartların varlığı hâlinde, bu hususta tarafları bilgilendirmekle yükümlüdür. Bu açıklamaya rağmen taraflar beraberce arabulucudan faaliyetini sürdürmesini isterlerse, arabulucu bu görevi üstlenebilir yahut üstlenmiş olduğu görevi sürdürebilir.

### Arabulucu, taraflar arasında eşitliği gözetmekle yükümlüdür

Arabulucu, bu sıfatla görev yaptığı uyuşmazlıkla ilgili olarak açılan davada, daha sonra taraflardan birinin avukatı olarak görev üstlenemez.

Arabuluculuk, sistematik teknikler uygulayarak, görüşmek ve müzakerelerde bulunmak amacıyla tarafları bir araya getiren, onların birbirlerini anlamalarını ve bu suretle çözümlerini kendileri üretmelerini sağlamak için aralarında iletişim sürecinin kurulmasını gerçekleştiren bir yöntemdir. Arabulu-

cunun bu konuda uzmanlık eğitimi almış olması ve tarafsız ve bağımsız olması şarttır. O halde taraflardan birinin avukatlığını yapmış olan bir kişi arabuluculuk yapamaz. Aynı şekilde arabulucu olarak bir uyuşmazlıkta görev almış olan birisi, daha sonra mahkemede taraflardan birini avukat olarak temsil edemez.

### Taraflar arabulucuya gitmek, süreci sonlandırmak veya devam ettirmek konusunda serbesttirler

Taraflarca aksi kararlaştırılmadıkça arabulucu, arabuluculuk faaliyeti çerçevesinde kendisine sunulan veya diğer bir şekilde elde ettiği bilgi ve belgeler ile diğer kayıtları gizli tutmakla yükümlüdür.

### Arabulucu yapmış olduğu faaliyet karşılığı ücret ve masrafları isteme hakkına sahiptir

Arabulucu, ücret ve masraflar için avans da talep edebilir. Aksi kararlaştırılmadıkça arabulucunun ücreti, faaliyetin sona erdiği tarihte yürürlükte bulunan Arabulucu Asgari Ücret Tarifesi'ne göre belirlenir ve ücret ile masraf taraflarca eşit olarak karşılır. Arabulucu, arabuluculuk sürecine ilişkin olarak belirli kişiler için aracılık yapma veya belirli kişileri tavsiye etme-

nin karşılığı olarak ücret alamaz. Bu yasağa aykırı işlemler batıldır.

### Arabulucuya başvuru

Taraflar dava açılmadan önce veya davanın görülmesi sırasında arabulucuya başvurma konusunda anlaşabilirler.

Mahkeme de tarafları arabulucuya başvurmak konusunda aydınlatıp, teşvik edebilir. Aksi kararlaştırılmadıkça taraflardan birinin arabulucuya başvuru teklifine otuz gün içinde olumlu cevap verilmez ise bu teklif reddedilmiş sayılır. Arabulucu seçimi için taraflar bir usul kararlaştırabilirler. Başkaca bir usul kararlaştırılmadıkça arabulucu veya arabulucular taraflarca seçilir. Arabulucu, seçildikten sonra tarafları en kısa sürede ilk toplantıya davet eder.

### Taraflar arabuluculuk usulünü serbestçe kararlaştırabilirler

Taraflarca kararlaştırılmamışsa arabulucu; uyuşmazlığın niteliğini, tarafların isteklerini ve uyuşmazlığın hızlı bir şekilde çözülmesi için gereken usul ve esasları göz önüne alarak arabuluculuk faaliyetini yürütür. Niteliği gereği yargısal bir yetkinin kullanımı olarak sadece hâkim tarafından yapılabilir işlemler arabulucu tarafından yapılamaz. Dava açıldıktan sonra tarafların birlikte arabulucuya başvuracaklarını beyan etmeleri hâlinde yargılama, mahkemece üç ayı geçmemek üzere ertelenir. Bu süre, tarafların birlikte başvurusu üzerine üç aya kadar uzatılabilir. Taraflar arabuluculuk müzakerelerine bizzat veya vekilleri aracılığıyla katılabilirler.

Arabuluculuk süreci, dava açılmadan önce arabulucuya başvuru hâlinde, tarafların ilk toplantıya davet edilmeleri ve

taraflarla arabulucu arasında sürecin devam ettirilmesi konusunda anlaşmaya varılıp bu durumun bir tutanakla belgelendirildiği tarihten itibaren işlemeye başlar. Dava açılmasından sonra arabulucuya başvuru hâlinde ise bu süreç, mahkemenin tarafları arabuluculuğa davetinin taraflarca kabul edilmesi veya tarafların arabulucuya başvurma konusunda anlaşmaya vardıklarını duruşma dışında mahkemeye yazılı olarak beyan ettikleri ya da duruşmada bu beyanlarının tutanağa geçirildiği tarihten itibaren işlemeye başlar.

Arabuluculuk sürecinin başlamasından sona ermesine kadar geçirilen süre, zamanaşımı ve hak düşürücü sürelerin hesaplanmasında dikkate alınmaz.

### Arabuluculuğun sona ermesi

Arabuluculuk faaliyeti sonunda tarafların anlaştıkları, anlaşamadıkları veya arabuluculuk faaliyetinin nasıl sonuçlandığı bir tutanak ile belgelendirilir. Arabulucu tarafından düzenlenecek bu belge, arabulucu, taraflar veya vekillerince imzalanır. Belge taraflar veya vekillerince imzalanmazsa, sebebi belirtilmek suretiyle sadece arabulucu tarafından imzalanır. Arabuluculuk faaliyeti sonunda düzenlenen tutanağa, faaliyetin sonuçlanması dışında hangi hususların yazılacağına taraflar karar verir. Arabulucu, bu tutanak ve sonuçları konusunda taraflara gerekli açıklamaları yapar.

### Aşağıda belirtilen hâllerde de arabuluculuk faaliyeti sona erer:

a) Tarafların anlaşmaya varması.

b) Taraflara danışıldıktan sonra arabuluculuk için daha

fazla çaba sarf edilmesinin gereksiz olduğunun arabulucu tarafından tespit edilmesi.

c) Taraflardan birinin karşı tarafa veya arabulucuya, arabuluculuk faaliyetinden çekildiğini bildirmesi.

ç) Tarafların anlaşarak arabuluculuk faaliyetini sona erdirmesi.

d) Uyuşmazlığın arabuluculuğa elverişli olmadığına veya 4/12/2004 tarihli ve 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu gereğince uzlaşma kapsamına girmeyen bir suçla ilgili olduğunun tespit edilmesi.

Arabuluculuk faaliyetinin sona ermesi hâlinde, arabulucu, bu faaliyete ilişkin kendisine yapılan bildirim, tevdi edilen ve elinde bulunan belgeleri, ikinci fıkraya göre düzenlenen tutanağı beş yıl süre ile saklamak zorundadır. Arabulucu, arabuluculuk faaliyeti sonunda düzenlediği son tutanağın bir örneğini arabuluculuk faaliyetinin sona ermesinden itibaren bir ay içinde Genel Müdürlüğe gönderir.

### Tarafların anlaşması

Arabuluculuk faaliyeti sonunda varılan anlaşmanın kapsamı taraflarca belirlenir; anlaşma belgesi düzenlenmesi hâlinde bu belge taraflar ve arabulucu tarafından imzalanır.

Taraflar arabuluculuk faaliyeti sonunda bir anlaşmaya varırlarsa, bu anlaşma belgesinin icra edilebilirliğine ilişkin şerh verilmesini talep edebilirler. İcra edilebilirlik şerhinin verilmesi, çekişmesiz yargı işidir ve buna ilişkin inceleme dosya üzerinden de yapılabilir. Bu incelemenin kapsamı anlaşmanın içeriğinin arabuluculuğa ve cebri icraya elverişli olup olmadığı hususlarıyla sınırlıdır. Anlaşma belgesine icra edilebilirlik şerhi verilmesi için

mahkemeye yapılacak olan başvuru ile bunun üzerine verilecek kararlara karşı ilgili taraftan istinaf yoluna gidilmesi hâlinde, maktu harç alınır. Taraflar anlaşma belgesini icra edilebilirlik şerhi verdirmeden başka bir resmî işlemde kullanmak isterlerse, damga vergisi de maktu olarak alınır.

Dava açılmadan önce arabuluculuğa başvurulmuşsa, anlaşmanın icra edilebilirliğine ilişkin şerh verilmesi, asıl uyuşmazlık hakkındaki görev ve yetki kurallarına göre belirlenecek olan mahkemeden talep edilebilir. Davanın görülmesi sırasında arabuluculuğa başvurulması durumunda ise anlaşmanın icra edilebilirliğine ilişkin şerh verilmesi, davanın görüldüğü mahkemeden talep edilebilir. Bu şerhi içeren anlaşma, ilam niteliğinde belge sayılır. Bir başka söyleyişle icrası çok kolaydır.

*Hakim sayısındaki açık, uyuşmazlıkların sayısındaki artış, yargılama giderlerinin yüksekliliği ve uzun süren ve sonuçlandırılmadığında hiç bir tarafa faydası olmayan yargılamaları düşündüğümüzde arabuluculuk kurumunun daha iyi ve etkin kullanılmasını sağlamaya çalışmalıyız”*



**EMNİYET®**  
SEYAHAT TURİZM  
VE  
TİCARET A.Ş.



# Birleşen KOBİ'lere vergi indirimi

6770 SAYILI KANUNUN 29 UNCÜ MADDESİYLE KURUMLAR VERGİSİ KANUNUNUN 32'İNCİ MADDESİNE EKLENEN DÜZENLEME İLE; YATIRIM TEŞVİK BELGESİ KAPSAMINDA İMALAT SANAYİNE YÖNELİK 2017 YILINDA GERÇEKLEŞTİRİLECEK YATIRIM HARCAMALARI İÇİN İNDİRİMLİ KURUMLAR VERGİSİ UYGULAMASIYLA İLGİLİ OLARAK KURUMLAR VERGİSİ KANUNU'NUN 32/A MADDESİ DÜZENLEME YAPMA KONUSUNDA BAKANLAR KURULUNA VERİLEN YETKİLER GENİŞLETİLMİŞTİR.



**Uğur Doğan**

İstanbul Vergi Dairesi  
Başkanlığı Grup Müdürü

**M**aliye Bakanlığı'na, sanayi sicil belgesine haiz ve fiilen üretim faaliyetiyle iştigal eden küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ), Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 19. maddesinin birinci fıkrası uyarınca, devir şeklinde birleşmeleri durumunda infisah eden kurum ile birleşen kurumun üretim faaliyetinden elde ettiği kazançlarına uygulanmak üzere kurumlar vergisi oranını % 75'e kadar indirimli uygulama yetkisi verilmiştir.

Yapılan düzenleme ile KOBİ kapsamında bulunan üretim yapan şirketlerin birleşmelerine yönelik vergi indirimi sağlanmıştır. Kurumlar Vergisi Kanununa eklenen madde ile sanayi sicil belgesine sahip olan KOBİ'lerin birleşmesi halinde birleşme dönemi dahil üç yıl ödeyecekleri kurumlar vergisi indiriminde % 75'lere kadar indirim sağlanabilecektir. Yapılan bu düzenleme ile Kanunda yer alan şartları taşıyan KOBİ'ler birleşmeleri halinde üç yıl süre ile kazançları üzerinden indirimli kurumlar vergisi ödeyeceklerdir.

Konuyla ilgili olarak 12 seri no'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği'nde açıklamalar yapılmıştır. Gerek ilgili kanun maddesi gerekse 12 seri nolu KV Genel Tebliği'ndeki düzenlemeler doğrultusunda

KOBİ'lerin münhasıran üretim faaliyetlerinden elde ettikleri kazançlarına kurumlar vergisi oranının indirimli olarak uygulanabilmesi için aranan koşulları aşağıdaki ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

## Birleşen kurumların KOBİ niteliğinde olması

5520 sayılı Kanunun 32 nci maddesinin beşinci fıkrasının uygulanması bakımından küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ); birleşmenin gerçekleştiği tarihten önceki hesap döneminde ikiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve aynı hesap dönemine ilişkin gelir tablosunda yer alan yıllık net satış hasılatı veya bu dönemin sonunda çıkarılan bilançonun aktif toplamından herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeleri ifade etmektedir. Birleşmenin gerçekleştiği tarihten önceki hesap döneminde ikiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam etme kriterinin tespitinde, sigorta bildirgeleri esas alınmak suretiyle hesaplanan yıllık ortalama çalışan sayısı dikkate alınacaktır.

Kanunun 32'inci maddesinin beşinci fıkrası hükümlerinin uygulanması bakımından birleşen kurumların KOBİ niteliğini taşımaları şarttır. Buna göre, KOBİ niteliğinde olmayan

kurumlarla gerçekleştirilen devirler dolayısıyla anılan fıkra hükümlerinden yararlanılması mümkün bulunmamaktadır.

Bir kurum, 250'den az işçi çalıştırmakla birlikte, bir önceki hesap döneminin sonu itibarıyla yıllık net satışları ve net aktif toplamının her ikisi de kırk milyon TL'den fazla ise KOBİ kapsamında değerlendirilmeyecektir. Ancak işçi sayısı 250'nin altında olan ve birleşme öncesi 31.12.2016 hesap döneminin sonunda çıkarılan bilançosunun aktif toplamı her ne kadar kırk milyon Türk Lirasının üzerinde olsa da yıllık net satış hasılatı kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler, 2017 yılında gerçekleştirilecek birleşmeler açısından KOBİ niteliğini haiz bulunmaktadır.

## Birleşmenin, kurumlar vergisi kanununda yer alan devir şartlarını taşıması

KOBİ'lerin birleşmeleri halinde indirimli kurumlar vergisi uygulamasından faydalanabilmeleri için;

a. Birleşme sonucunda infisah eden kurum ile birleşen kurumun kanunî veya iş merkezlerinin Türkiye'de bulunması,

b. Münfesi kurumun devir tarihindeki bilanço değerle-

rinin, birleşilen kurum tarafından bir bütün halinde devralınması ve aynen bîlân-çösuna geçirilmesi, gerekmektedir.

### **Birleşen kurumların devir tarihi itibarıyla sanayi sicil belgesini haiz ve fiilen üretim faaliyetiyle iştigal eden kurumlardan olması**

İndirimli kurumlar vergisi uygulamasından, sanayi sicil belgesini haiz ve fiilen üretim faaliyetiyle iştigal eden KOBİ'lerin yararlanmaları mümkündür. Bu kapsamda, birleşen kurumların devir tarihi itibarıyla sanayi sicil belgesini haiz olmaları ve fiilen de üretim faaliyetiyle iştigal etmeleri şarttır. Sanayi sicil belgesini haiz olmakla birlikte fiilen üretim faaliyetiyle iştigal etmeyen veya fiilen üretim faaliyetiyle iştigal etmekle birlikte sanayi sicil belgesini haiz olmayan

KOBİ'ler, diğer şartları taşıyıcılar dahi bu fıkra hükümlerinden yararlanamazlar.

### **KOBİ birleşmelerinde kurumlar vergisi indiriminde süre**

Kanunun 32 nci maddesinin beşinci fıkrası kapsamında, şartları sağlayan KOBİ'lerin, birleşme tarihinde sona eren hesap döneminde münhasıran üretim faaliyetinden elde ettiği kazançları ile birleşilen kurumun birleşme işleminin gerçekleştiği hesap dönemi dahil olmak üzere üç hesap döneminde münhasıran üretim faaliyetinden elde ettiği kazançlarına, Bakanlar Kurulunca belirlenecek indirimli oranda kurumlar vergisi uygulanacaktır.

Uygulanacak indirimli oran, Kanun'un verdiği yetki uyarınca Bakanlar Kurulu tarafından belirlenecektir. Kanun bu konuda Bakanlar Kuruluna, kurumlar

vergisi oranını %75'e kadar indirme, yani % 5 olarak belirlemeye kadar yetki vermiştir. Bakanlar Kurulu verilen bu yetkiyi 01.03.2017 tarihi itibarıyla henüz kullanmamıştır.

Örnek: 01.03.2017 tarihinde KOBİ niteliğindeki (X) A.Ş., KOBİ niteliğindeki mevcut (Y) A.Ş.'ye Kurumlar Vergisi Kanununun 19 uncu maddesinin birinci fıkrası kapsamında devrolunmuştur. Buna göre,

-(X) A.Ş.'nin 01.01.2017-01.03.2107 kıst döneminde ve

-(Y) A.Ş.'nin de; (01.01.2017-31.12.2017), (01.01.2018-31.12.2018) ve (01.01.2019-31.12.2019) hesap dönemlerinde

münhasıran üretim faaliyetlerinden elde ettikleri kazançlarına, Kanunun 32 nci maddesinin beşinci fıkrası kapsamında kurumlar vergisi oranı indirimli olarak uygulanacaktır. Diğer taraftan, üretim faaliyetleri di-

şında elde edilen kazançlar için kurumlar vergisi oranı indirimli olarak uygulanmayacaktır. Kanunun 32 nci maddesinin beşinci fıkrası kapsamında kurumlar vergisi oranı indirimli olarak uygulanacak kazançlar münhasıran üretim faaliyetlerinden elde edilen kazançlar olduğundan, birleşilen kurumun muhasebe kayıtlarını üretim faaliyetlerine ilişkin kazançlarını diğer kazançlarından ayrı olarak tespitine imkan verecek şekilde tutması gerekmektedir.

Devir tarihinden sonra, devir tarihi itibarıyla faaliyette bulunulan alanlardan farklı alanlarda üretim faaliyetlerine başlanması halinde, bu yeni üretim faaliyetlerinden kalan süre içerisinde elde edilen kazançlara da söz konusu fıkra hükmü kapsamında kurumlar vergisi oranı indirimli olarak uygulanabilecektir.

Ayrıca, birleşmeden sonra birleşilen kurumun KOBİ niteliğini kaybetmesi münhasıran üretim faaliyetinden elde ettiği kazançlarına kurumlar vergisi oranının indirimli olarak uygulanmasına engel teşkil etmeyecektir.



**“Maliye Bakanlığı'na KOBİ'lerin devir şeklinde birleşmeleri durumunda infisah eden kurum ile birleşilen kurumun üretim faaliyetinden elde ettiği kazançlarına uygulanmak üzere kurumlar vergisi oranını yüzde 75'e kadar indirimli uygulamaya yetkisi verilmiştir”**

*Just for beautiful embroiderers...*



*Daha güzel nakışlar için...*

**EFORTEKS - YENİBOSNA**

Merkez Mah. Sanayi Cad.  
Sınırlı Sok. No: 10  
Bahçelievler / İSTANBUL  
Tel: +90 212 451 19 80-90  
Fax: +90 212 451 17 47

**EFORTEKS - MERTER**

Sanayi Mah. Sancaklı Cad.  
Kale İş Merkezi 4 No:18  
Güngören/İSTANBUL  
Tel: +90 212 553 53 66  
Fax: +90 212 502 63 43

**BAYRAMPAŞA BAYİİ**

Cemre İplik  
Maltepe Litros Yolu Hacılar Sn.  
Sit. No:15/2A B.Paşa / İST.  
Tel: + 90 212 576 54 34  
Fax: +90 212 576 54 34

**FABRIKA** Fevzipaşa Mah. Söğüt Cad. Değirmenköy Silivri / İSTANBUL

# EFR VISCOS®

RAYON EMBROIDERY THREADS  
FLOŞ NAKIŞ İPLİĞİ



**EFORTEKS®**  
TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

[www.eforteks.com](http://www.eforteks.com) [eforteks@eforteks.com](mailto:eforteks@eforteks.com)

**BURSA BAYİİ**

Kardes İç ve Dış Tic. A.Ş.  
Duaçınarı Mah. Uzun Cad.  
No: 27 Yıldırım / BURSA  
Tel: 0224 364 80 95  
Fax: 0224 364 80 95

**ÇAĞLAYAN BAYİİ**

Kızgınlar İplik  
Çağlayan Mah. Sinan Paşa  
Cd. No: 29 Kağıthane/İST  
Tel: +90 212 230 23 74  
Fax: +90 212 291 04 60

**DENİZLİ BAYİİ**

Sevgi İplik Nakış Ürün Tic.  
Ekrem Söylen, Akçeşme Mah.  
Gümüşler Bul. No: 65 Denizli  
Tel: 0258 371 22 90  
Fax: 0258 371 22 91

**GAZİANTEP BAYİİ**

Özen Tekstil  
Kocaoğlu Mah.14 Nolu Cd.  
No: 8 Şahinbey / G.Antep  
Tel: +90 342 225 74 14  
Fax: +90 342 225 74 14

# Nakış ve işleme sanayi, Türk tekstil ve hazır giyimine katma değer sağlıyor

NAKIŞ VE İŞLEME SANAYİ, ÜRETİMDE, İSTİHDAMDA VE İHRACATTA ÖNCÜ TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNE CİDDİ BİR KATMA DEĞER BOYUTU KAZANDIRIYOR. UZUN YILLARA DAYANAN BİLGİ BİRİKİMİNE SAHİP TÜRK NAKIŞ VE İŞLEME SEKTÖRÜ, NİTELİKLİ İŞGÜCÜ, MODERN MAKİNE PARKURU VE DÜNYACA TERCİH EDİLEN KALİTESİYLE ÜLKE EKONOMİSİNE DE KATKI SAĞLIYOR.

**T**ekstil ve hazır giyim 1980'li yıllardan bu yana ülke ekonomisinde giderek artan ağırlığında ve başarısında önemli payı olan ve paralel bir büyüme ortaya koyan önemli alt branşlarından biri de nakış ve işleme sektörü. Endüstriyel nakış makinelerinin giderek gelişmesi, nakışın başta tekstil ve hazır giyim olmak üzere, deri, deri konfeksiyon, ayakkabı ve hatta otomotiv sektöründe bile yaygınlaşması sağladı. Nakışın girdiği bir tişört, pantolon, iç çamaşırı, gömlek, çorap, oyuncak, çanta ya da

ayakkabının katma değeri ve dolayısıyla fiyatı katlanıyor.

**Bine yakını İstanbul'da olan 2 binden fazla nakışçı, 50 bine yakın istihdam sağlıyor**

Özellikle penye giyim, ev tekstili, bebe giyim ve denim olmak üzere tekstil ve hazır giyimin neredeyse tamamında yoğun bir rekabetin yaşandığı sektörde bugün 2 binin üzerinde irili, ufaklı firma faaliyet göstermekte ve yaklaşık 50 bin kişiye istihdam sağlamaktadır. Nakış ve işleme sektörünün Türkiye'de en yoğun kümelendiği yer

Kaynak: Nguyen Cong Tri / Vietnam

tekstil ve hazır giyimde olduğu gibi İstanbul. İrili ufaklı yaklaşık bin firma şehrin Çağlayan, Merter, Güneşli, Yenibosna ve Ümraniye semtlerinde faaliyet gösteriyor. İstanbul'un dışında bebe çocuk giyimi ile ev tekstilinin yoğun olduğu Bursa'da, gelinlik ve diğer giyim ürünlerinde büyük firmaları barındıran İzmir'de, ev tekstili, havlu ve bornozun başkenti Denizli'de, penye giysi üretiminde lider Gaziantep'te de nakış firmaları ciddi anlamda yoğunlaşmış durumda. Ancak bu illerin dışında birçok yerde de nakış üreticilerini görmek mümkün.

### Geniş yelpazede, katma değerli üretim

Nakış ve işleme sektörünün teknolojinin gelişmesi, kombine üretim de yapabilen makinelerle birlikte ürün yelpazesi de genişledi. Günümüzde artık

düz nakışın yanı sıra, pul, payet nakışlar, vuruş sayısı yüksek işler, para, küpe, kordone, lase, boncuk, zincir uygulamaları ve lazer kesimin kullanıldığı nakışlar da oldukça revaçta.

### 2017, nakış sanayicisi için "altın yıl" oldu

Bu yıl modada nakış rüzgarının yoğun olarak esmesiyle altın bir dönem geçiren sektörün ünü, kalitesiyle tüm dünyaya biliniyor. Ancak her şeye rağmen sektörün en büyük eksiklerinden biri pazarlama ve tanıtım. Nakışa dair her şey en kaliteli şekilde ve uygun fiyatla Türkiye'de üretilebilirken, yurt içindeki firmalar bile bundan habersiz arma ve özellikle gelinliklerde kullanılan dantel gibi ürünleri yurt dışından ithal ediyor. Daha çok orta ölçekli, aile şirketlerinin ağırlıkta olduğu sektör, fiyat baskısı altında birçok sorunla mücadele

ederken tanıtım ve pazarlamaya yoğunlaşmıyor.

### Yüksek giderler, fiyat baskısı ve işgücü sorunu

Öte yandan sektörünün en büyük sorunları olarak; işgücü maliyeti, yüksek enerji giderleri, fiyat baskısı, desen sıkıntısı ile eğitilmiş ve nitelikli işgücünün eksikliği sayabiliriz. Kalifiye işgücü sorununu çözümü için Milli Eğitim Bakanlığı ile ortak çalışmalar yürüten sektör, Türkiye genelinde birçok meslek lisesinde nakış bölümünün açılmasını sağlamış ve halen de bu bölümlerin varlığını sürdürmesi, doğru ve uygulamalı eğitim alması, öğrencilerin stajı ve işe yerleştirilmesi yönünde desteğini sürdürmektedir.

### MHGF çatısı altındaki nakış dernekleri

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) çatısı altındaki

nakış dernekleri; İstanbul Nakış Sanayicileri Derneği (İNSAD), İzmir Nakış Sanayicileri Derneği (İNDER), Denizli Nakış Sanayicileri Derneği (DENSAD) ve Gaziantep Nakış Sanayicileri Derneği (GANİDER) dayanışmanın yanında, sektörün sorunlarını ele almakta, çözümünü yönünde ortak akılla çalışmalar gerçekleştirmektedir. Adres Dergisi'nin nakış ve işleme sanayimizi ele aldığı bu özel sayısında sözkonusu derneklerimizin başkanlarının yanı sıra sektörün tedarikçilerinin de görüşlerine, akademik değerlendirmelere de geniş bir şekilde yer veriyoruz.

Girdiği her ürüne hem görsel hem de fiyat anlamında değer katan nakış ve işleme sanayimiz, sürdürülebilirlik ve maliyetlerin üstesinden gelip ayakta kalma anlamında hizmet verdiği ana sektörlerden daha fazla empati bekliyor.





Her Türlü Makas Çeşitleri

Efriscos Floş Nakış İpliği 30 no-40 no  
Efrpoly Polyester Nakış İplikleri



Yapışkanlı ve Leke Sökücü  
Sprey Çeşitleri



ISO 9001  
**EFR** Sim Metalik Nakış İplikleri



ISO 9001  
**EFR** Ait İpliği



GROZ-BECKERT  
Nakış İğneleri



Keçe Renkleri



**SCHMETZ**  
MADE IN GERMANY  
Nakış İğneleri



Silivri Fabrika



Eforteks Yenibosna



Silivri Fabrika



Eforteks Merter

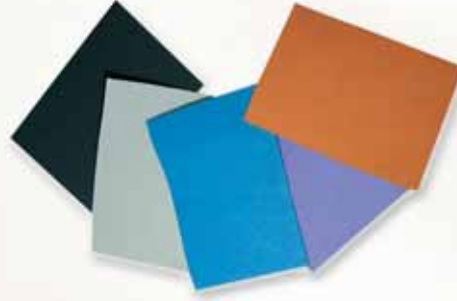
# EFORTEKS®

TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Since 1989



**EFORTELA** Nakış Telaları



Nakışlık Eva ve Keçe Çeşitleri



Lazer (Aplike)  
Telaları İmalatı  
Spreyli Tela İmalatı



Dikiş İplikleri



**EFR PALETTE**  
Nakış Pulu



#### YENİBOSNA

Çobanceşme Mahallesi Sınırlı sokak No:10  
Yenibosna / Bahçelievler / İSTANBUL / TÜRKİYE  
Tel.: +90 212 451 19 80 - 90

#### MERTER

Sanayi Mah. Sancaklı Cad. Kale İş Merkezi 4  
No:18 Güngören/İSTANBUL  
Tel.: +90 212 553 53 66 • Fax.: +90 212 502 63 43

#### FABRİKA

Fevzipaşa Mah. Söğüt Cad.  
Değirmenköy Silivri / İSTANBUL

# Hazır giyim açısından nakış sektörü

**NAKIŞ; İĞNE VE RENKLİ İPLİKLER YARDIMIYLA KUMAŞ YA DA DERİ GİBİ FARKLI TEKSTİL YÜZEYLERİ ÜZERİNDE DEKORATİF İŞLEMELER OLUŞTURMAYA DAYALI BİR EL SANATI OLARAK DOĞMUŞTUR. ASYA'DAN AVRUPA'YA, AMERİKA'DAN AFRIKA'YA DEK TÜM DÜNYADA FARKLI ŞEKİLLERDE UYGULANMIŞTIR. NAKIŞIN İLK UYGULANDIĞI TARİH NET OLARAK BİLİNMESE DE BULUNAN İLK ÖRNEKLER M.Ö. 30 BİNLİ YILLARDA YAŞAYAN KRO-MAGNON-LARA AİTTİR VE SÜSLEMELER İÇEREN GİYSİ, AYAKKABI VE ŞAPKALARDAN OLUŞMAKTADIR.**



Yrd. Doç. Dr. Duygu Atalay  
Onur

**M**.Ö. 5000-6000 yıllarına ait Si-birya kazılarında

ise deri üzerine yapılmış işlemlere rastlanmıştır. Çin işlemleri ise M.Ö. 3500 yıllarına dek uzanırken zincir işi gibi temel nakışlar Çin'de M.Ö. 475-220'lerde kullanılmıştır. Yine nakışlarda kullanılan ve en temel işleme yöntemlerinden biri olan çapraz dikişin ise Orta Asya ve Orta Doğu'dan doğduğu M.Ö. 850'li yıllara ait kalıntıların bulunmasıyla ortaya konmuştur. Şüphesiz ki daha önceleri de nakış kullanılmıştır ancak tekstil malzemelerinin narinliği sebebiyle pek çok ör-

nek günümüze ulaşmadan yok olmuştur.

## Uygulanan motifler bulundukları döneme ışık tutuyor

Nakışlar dekoratif birer unsur olarak karşımıza çıksalar da aslında görünenden daha fazlasını içermişlerdir. Bireysel, sosyal ve kültürel kimliği; dini inançları ve yaratıldıkları dönemin estetik anlayışını yansıtmakta büyük rol oynamışlardır. Uygulanan motifler, zemin malzemeleri ve iplikler pek çok tarihçi için dönemin gündelik yaşamını gözlemleme olanağı sunan bulunmaz kaynaklar olarak değerlendirilebilmektedir. Kimi motif ve teknikler evrenselken kimileri ise yerel olarak uygulanmıştır. Tarih boyunca işleme ve nakışlar konusunda Asya ve Orta Doğu medeniyetlerinin belirgin bir üstünlüğü olduğunu söylemek mümkündür. Çin, Hindistan, İran, Türk, Anadolu medeniyetlerinde hali hazırda uygulanan pek çok teknik Orta Çağ ve Rönesans dönemlerinde İtalya, İngiltere, Fransa gibi ülkelere ulaşmıştır. Sanayi Devrimi'nden sonra bile William Morris, AWN Pugin gibi pek

çok sanatçı ve tasarımcı desenlerini ve nakışlarını geliştirirken önce Türk, İran ve Hindistan motiflerini çalıştıklarını, daha sonra kendi özgün stillerini geliştirdiklerini belirtmişlerdir.

## Hazır giyim endüstrisi 1860'larda Amerikan İç Savaşı'nda üniforma ihtiyacından çıkar

Hem ev tekstili, hem aksesuar, hem de giysilerde kullanılan işlemler konusunda Doğu medeniyetleri zengin birer geçmişe ve hazineye sahip olsalar da modern nakış sanayinin oluşumu yüksek moda sisteminin ortaya çıkışıyla Avrupa'da başlamıştır. 1860'larda Paris'te ilk moda evini açan yüksek modanın (haute couture) kurucusu Charles Frederick Worth isimli İngiliz tasarımcı bu oluşuma ön ayak olmuştur. Modern tekstil endüstrisine yüksek moda kavramını kazandırarak endüstrinin terzilikten giysi tasarımı doğru evrilmesini sağlamıştır. Hazır giyim endüstrisi ise yine 1860'larda Amerikan İç Savaşı'nda orduların üniforma ihtiyaçlarını karşılamak için aynı giysilerden yüzlerce adet dikilmesiyle başlamıştır. Hem

Pazırık Kurganı



hazır giyim sanayiinin hem de yüksek modanın 1860'lardaki dönüşümü nakış sanayiinin de gelişimini beraberinde getirmiştir. Önceleri yalnızca evlerde uygulanan bir zanaat koluyken zamanla atölyelere, oradan da fabrikalara taşınmıştır.

**Sanayi tipi nakış makinalarıyla arma, evali nakış, aplikeli nakış, Çin iğnesi, kordone, pul-payet nakışı gibi pek çok işleme türü kolaylıkla yapılabilen**

1960'lı yıllardan itibaren, nakış sanayiinde gerçekleşen teknik buluşlarda bir hızlanma yaşanmış, şeritli ve mekanik makinaların yanı sıra bilgisayar destekli teknolojilerin gelişmesiyle üretim kapasitesi artmıştır. Günümüzde sanayi tipi nakış makinalarıyla arma, evali nakış, aplikeli nakış, Çin iğnesi, laşe (kordone), pul-payet nakışı gibi pek çok farklı işleme türü kolaylıkla yapılabilenmektedir. Endüstriyel alandaki bu gelişmeler zamanla el işlemeciliğini uygulayanların sayısını azaltmıştır. Bu azalma ise günümüzde el işlerinin eskiden olduğundan daha değerli bir konuma yükselmesine neden olmuştur. Bugün, hala nakış konusunda pek çok tasarımcı ve firma Paris haute couture defilelerini takip etmeye devam etmektedir çünkü bu segmentte çalışan tasarımcılar için malzeme fiyatı, kalitesi, adedi ya da zamanlama konusunda bir kısıtlama söz konusu değildir. Herhangi bir limit olmaksızın,

tamamen el emeğine dayalı atölyelerde üretim yapan tasarımcılar sürekli yenilikçi ve öncü konumdadır. Chanel, Fendi, Dior gibi yüksek moda seviyesinde üreten tasarımcılar, nakışçılar ve nakış tasarımcılarıyla koordine bir şekilde çalışarak ürünlerini geliştirmektedir. Trend belirleyici olma özelliği taşıyan dünya markalarının nakış ve işlemler kullanması sektördeki daha küçük ölçekli oyuncuları da etkilemekte ve daha yalın versiyonlarını koleksiyonlarına dahil etmelerine sebep olmaktadır. Örneğin Gucci ve Alexander McQueen'in geçtiğimiz sezon ayakkabıdan çantaya, motorcu montundan kot ceketeye dek her yerde kullandığı nakışlar orta segment ve hızlı moda hazır giyim firmalarının pek çoğuna ilham kaynağı olmuştur.

**“Hızlı moda” kavramıyla birlikte köklü değişimler**

Moda konusunda Los Angeles, New York, Tokyo gibi yeni merkezler oluşmaya başladıysa da genel olarak hala Paris, Milano ve Londra üçgeninin yüksek moda ve lüks hazır giyim piyasası için yön verici oldukları söylenebilir. Dolayısıyla, yüksek moda ve lüks hazır giyimin ara sektörü olarak nakış sektörü konusunda da Paris başta olmak üzere bu kentlerin üstünlüğü söz konusudur. Ancak, hazır giyim endüstrisinin “hızlı moda” kavramıyla karşılaşmasının ardından yaşanan köklü değişimler Avrupa dışı ülkeleri de güçlü birer oyuncuya dönüştürmüştür. 1980'lerin gösterişçi tüketim anlayışı,



Gucci 2017 İlkbahar-yaz koleksiyonundan bir örnek



Alexander McQueen 2017 İlkbahar-yaz koleksiyonundan nakışlı ayakkabı ve denim pantolon detayı.

Dolce&Gabbana'nın  
Sicilya'ya özgü  
motiflerden ilham  
ceket tasarımı.



tüketiciler için giysinin kalitesinden ziyade marka değerini ve statüyü önemli kılarken, 1990'lı yıllarda Zara öncülüğünde güç kazanan hızlı moda sistemi, ucuz etiket fiyatı ve trendy görünümü ön plana çıkarmıştır. Bu yeni sistemde, üstün el becerisi ve deneyim gerektiren işlemlerin yerini daha basit, yalnızca logo, cep kapakları, yaka uçları gibi küçük detayları süsleyen nakışlar almıştır. Bu denli basit fakat yüksek adetteki nakışlar için Avrupa'nın önde gelen nakışçıların kullanmak mali anlamda uygun olmayacağı için üretim, iş gücünün ucuz olduğu Hindistan, Çin, Tayland gibi ülkelere kaydırılmıştır.

2005 yılında, 1974'ten beri yürürlükte olan MFA (Multi-



Zara'dan nakışlı denim ceket ve elbise

fibre Arrangement) anlaşması ile gelişmekte olan ülkelerden Avrupa ve ADB'ye tekstil, iplik ve giysi satışını kısıtlayan anlaşma sonlandırılmıştır. Bunun neticesinde, hazır giyim endüstrisindeki üretimin büyük bölümü Uzak Doğu'da gerçekleşmeye başlamış ve Asya'daki nakış sanayiinde atılımlar yaşanmıştır. Amerika ve Avrupa'nın, tasarım gücünü ellerinde tutarken, ucuz iş gücü ve maliyet arayışıyla, üretimlerini hükümetleri daha denetimsiz olan Uzak Doğu ülkelerine taşıması başlangıçta karlı gözükürken şimdilerde hazır giyim açısından Batılı üreticileri zorlar hale getirmiştir. Asya nakış sanayii Avrupalı nakışçıların konumunu sarsacak durumdadır çünkü sanayi üretimini ucuz ülkelere taşıırken aynı zamanda teknoloji ve örtük bilgi de o bölgelere transfer edilmiştir. Öte yandan, hazır giyim endüstrisini son yıllarda şiddetle etkisi altına alan tüketim odaklı yaklaşım, Uzak Doğu'daki sayısız yerel zanaat ve nakış türünün de yok etmektedir. Geleneksel olarak elle yapılan pek çok nakış türü sanayi üretimine adapte edilememekte veya adaptasyon sırasında değersiz-

leşmektedir. Örneğin Hindistan'da oldukça fazla türü olan chikan nakışı endüstriyel olarak üretilirken sadeleştirilmek zorunda kaldığı için genç nakışçıların çoğu, yalnızca birkaç kolay nakış türünü öğrenmeyi seçmektedir. Dolayısıyla giysi ve ev tekstilinde asırlardır kullanılan bu geleneksel nakış türünün geleceği tehlikeye girmiştir. Endüstrinin bu gibi kültürel hazineler konusunda daha koruyucu stratejiler belirlemesi gerektiği ortadadır.

### Ana hedef, sektörün beklentilerinin de önünde olacak nitelikte insan yetiştirmek

Türkiye de tekstil ve hazır giyim sektörlerinde dünya çapındaki en önemli aktörlerden biridir. Ancak yine de düşük maliyet hususunda Çin gibi ülkelerinin önüne geçmekte zorlanmaktadır. Bu zorlayıcı dönemden markalaşma yoluyla geçmek doğru bir seçenek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun için de sektörün iyi eğitim almış tasarımcı ve ara elemanlara ilaveten, sahip olduğu kültürden ilham alarak yerelden globale giden bir zihniyete de ihtiyacı vardır. Leyla İnanç ve

Tuba Çıttır'ın nakış üzerine yürütülen tez çalışmalarında değindikleri gibi fason olarak başlayan nakış sektöründe kurumsallaşma ve eğitilmiş çalışan bulma konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Nakış sektöründe kayıt dışı çalışan ve kalifiye olmayan elemanları daha iyi bir konuma getirmeye çalışacak politikalar izlenmelidir. Üniversitelerin ve meslek liselerinin ilgili bölümlerinde sanayi-eğitim kurumu işbirliğinde projeler gerçekleştirilmelidir ve böylece eğitim sistemi sektördeki yenilikler neticesinde sürekli güncellenecek bir hale getirilmelidir. Ana hedef, sektörün beklentilerinin de önünde olacak nitelikte insan yetiştirmek olmalıdır. Hem nakış sektöründe hem de tekstil ve hazır giyimde istihdam edilen çalışanların yabancı dil bilmemeleri sektördeki yenilikleri takip edememelerin önünde duran bir diğer büyük engeldir.

### **Son yıllarda genç tüketiciler firmaları tasarımlarında işleme kullanmaya teşvik ediyor**

Öte yandan Türkiye'nin sahip olduğu çok köklü bir işleme ve süsleme sanatı geçmişi vardır. Bu köklü desen ve uygulama hazinesi yeni yetişen tasarımcılarca ilham kaynağı olarak değerlendirilmelidir. Bu şekilde yabancı tasarımcıların ve firmaların takibinde olmak yerine daha özgün ve küresel pazarda ayırdedici olmayı başaran ürünler ortaya koyulabilir. Nitekim hazır giyim sanayisinde rekabet hayli artmıştır; pek çok firma ürünlerini farklılaştıracak kullanıcı deneyimleri sunarak birbirleri ile yarışmaktadır. Bu yarıştan yalnızca ürünlerini değil, aynı zamanda tü-

ketim deneyimini de farklılaştıranlar kazanarak çıkmaktadır. Örneğin; son yıllarda genç tüketiciler tarafından çokça tercih edilen bohem-şık görünümlü pek çok firmayı tasarımlarında işleme kullanmaya teşvik etmektedir. Craftivism akımının etkisiyle Z jenerasyonu tüketicilerin Instagram, Pinterest ve takip ettikleri bloglarda elde küçük işlemler yapmaktan hoşlandıklarını fark eden firmalardan bazıları, genç müşterilerine DIY yani "kendin yap" kitleri vermeye başlamıştır. Bu kitler basit aplike ve boncuklar içerirken, işleme aşamasına gençleri de dahil ederek onları pasif durumdan aktif yaratıya teşvik etmektedir. Bir diğer başarılı yaklaşım ise hazır giyimi "ısmarlama" sistemiyle entegre etme yaklaşımıdır. Bu sistem yalnızca hazır giyimde değil, endüstri ürünleri tasarımı ve grafik tasarımı alanında da geleceğin tasarım yöntemlerinden biri olacaktır. Teknoloji ve internet entegrasyonu ile her tüketici kendi ürününü online olarak yapacağı küçük dokunuşlarla diğer müşterilerinkilerden farklılaştıracak olacaktır. Halihazırda uygulanmakta olan bu sistemde müşteriler alacağı gömleğin renginin, düğmelerinin nasıl olacağına veya üzerine uygulanan nakışın renk ve boyutuna karar verebilmektedir.

### **Türk hazır giyim sektörü de nakış sektörü de hak ettiği konuma ulaşacaktır**

Ülkemizde henüz çok yaygınlaşmamış olsa da Avrupa ve Amerika'da sürdürülebilir moda, doğa dostu ya da el yapımı olan ürünlere giderek artan bir rağbet söz konusudur. Bilinçli tüketiciler aldıkları ürünün nereden, nasıl ve kim tara-

fından yapıldığını sorgulamaya başlamıştır. Belli kültürlerde özgü nakış ve işleme türleri içlerinde barındırdıkları hikâyesellik ve el emeği ürünü olmaları sebebiyle bu tip tüketicilerin ilgisini çekmektedir. Nakışın hazır giyimde kullanımı ve sanayileşmesi çok önemli olsa da elle yapılan üretimin önemini de göz ardı etmemek gerekir. Küçük ölçekte elde yapılan üretim yaratıcılığı teşvik ederek hazır giyim endüstrisini besleyen bir dinamo görevi de görür. Nitekim İtalya gibi tekstil ve hazır giyim sektöründe önemli bir yere sahip ülkede ulusal girişimlerinin yüzde 24'ü zanaat sektörüne dayanmaktadır. Özel sektörde istihdam edilenlerin 5'te 1'i el emeğine dayalı üretim yap-

makta ve bunlardan yaklaşık 100 bini yüksek kalite ürünler üretmektedir. Bu oran o denli yüksektir ki İtalyan zanaat ürünlerinin ihracatı Gayrisafi Yurtiçi Hasıla'nın %17'sini oluşturmaktadır. Elbette ki bu sayılar içinde tekstil ve giyim alanında istihdam edilen tasarımcı ve nakış ustaları önemli bir paya sahiptir. Türkiye de sahip olduğu kültürel hazine, iş gücü, örtük bilgi ve malzemeyi global pazarda fark yaratacak biçimde şekillendirecek güce sahiptir. Bu amaç doğrultusunda hareket ettiğinde Türk hazır giyim sektörü de nakış sektörü de hak ettiği konuma ulaşacaktır.

**Yrd. Doç. Dr. Duygu Atalay Onur**





Kornit Digital  
bonding matters



TETAS OTOMATİK PASTAL  
CUTTER KESİM MAKİNESİ



your choice  
SHIMA SEIKI



www.tetas.com.tr

MERKEZ: Akçaburgaz  
Mah. 3047, Sok. No:2  
Esenyurt / İSTANBUL  
Tel : 0212 866 91 00  
Fax : 0212 381 63 83

Hadımköy (Teknik Servis): Tel: 0212 866 95 00  
Hadımköy Mağaza:.....Tel: 0212 866 99 53-54  
Merter Şubesi:.....Tel: 0212 507 85 13  
Bayrampaşa Şubesi:.....Tel: 0212 501 88 68

Bursa Şubesi:.....Tel: 0224 250 34 77  
İzmir Şubesi:.....Tel: 0232 431 08 90(6 hat)  
Ankara Şubesi:.....Tel: 0312 473 81 84  
Denizli Şubesi:.....Tel: 0258 251 06 98-99  
Gaziantep Şubesi:.....Tel: 0342 325 80 00



SAI  
Kompakt Nakış Makinası

## İşinizi Renklendirin.

- 8 renk kullanarak profesyonel kalitede bitirme yeteneğine sahiptir.
- Dokunmatik panel kullanarak kolay çalıştırma
- Yazı yazma ve düzenleme yazılımı "TAJIMAWriter"
- Olağanüstü hızlı



*your choice*

**SHIMA SEIKI**

**P-CAM** ile KESİM HANE

**ÇÖZÜMLERİ**



**TETAS**  
İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.  
Güvenli Hizmet

**MERKEZ:** Akçaburgaz  
Mah. 3047. Sok. No:2  
Esenyurt / İSTANBUL  
Tel : 0212 866 91 00  
Fax : 0212 381 63 83

**Hadımköy (Teknik Servis):** Tel: 0212 866 95 00  
**Hadımköy Mağaza:**..... Tel: 0212 866 99 53-54  
**Merter Şubesi:**..... Tel: 0212 507 85 13  
**Bayrampaşa Şubesi:**..... Tel: 0212 501 88 68

**Bursa Şubesi:**..... Tel: 0224 250 34 77  
**İzmir Şubesi:**..... Tel: 0232 431 08 90(6 hat)  
**Ankara Şubesi:**..... Tel: 0312 473 81 84  
**Denizli Şubesi:**..... Tel: 0258 251 06 98-99  
**Gaziantep Şubesi:**..... Tel: 0342 325 80 00

[www.tetas.com.tr](http://www.tetas.com.tr)  
[www.tetasgrup.com](http://www.tetasgrup.com)

İNSAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI ZAFER ÖZBİLGE:

# “Türkiye nakışı çok iyi biliyor”

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) ÜYESİ İSTANBUL NAKIŞ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ’NİN (İNSAD) YÖNETİM KURULU BAŞKANI ZAFER ÖZBİLGE, TÜRKİYE’NİN NAKIŞTA YAPAMIYACAĞI HİÇ BİR ŞEY OLMADIĞINI VURGULAYARAK “TÜRKİYE NAKIŞI ÇOK İYİ BİLİYOR. DÜNYADA NE ÜRETİLİYORSA BİZ AYNISINI ÜRETEBİLİYORUZ. ANCAK BİZİM TEK SIKINTIMIZ PAZARLAMA. FRANSA’DAN ALINAN DANTELLERİN AYNISI BURADA YAPILABİLİYOR. SADECE BİR ORGANİZASYON EKSİKLİĞİ VE PAZARLAMA SIKINTISI VAR” DİYOR.

**K**üresel ölçekte söz sahibi, ülke ekonomisine ciddi katkı sağlayan tekstil ve hazır giyim sektörünün işleri ürünün en güzel yerinde görünen, ancak emekleri çok da farkedilmeyen alt branşı nakış ve işleme sanayimiz. Yaptığı işlerle kalitesini dünyaya kanıtlayan sektörün öncü sivil toplum kuruluşlarından ve aynı zamanda MHGF üyesi İNSAD’ın Yönetim Kurulu Başkanı Zafer Özbilge ile dergimiz Adres’in bu Nakış Özel Sayısında bir sohbet gerçekleştirdik. Uzun yıllardır faaliyet gösteren Urartu Nakış’ın kurucusu Özbilge ile sektörü değerlendirdik.

## Nakış sektörü hazır giyim açısından ne ifade ediyor?

Hazır giyimi de aşmış durumda. Nakış son yıllarda çok artış gösterdi. Nakış ürüne katma değer sağlayan bir işlem. Normalde basic bir tişörtün fiyatı 4-5 dolar iken nakış ile bunun değerini kat kat artırabiliyor. Hazır giyimde son yıllarda büyük artış gösterdi.

Hazır giyimde nakış gizli bir kahraman gibi çalışıyor. Arka



Zafer Özbilge

İNSAD Yönetim Kurulu Başkanı

planda mutfakta hazır giyime katma değer üretiyor. Meslektaşlarımız ve işçilerimiz sektörde fedakarca çalışıyor.

## Nakışın geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Teknoloji hızla ilerliyor nakışta. Düz nakıştan sonra pul,

payet nakışları işlemeye başladık. Milimlerinde artış olurken, parası, küpesi derken pul işlemede bir hayli ilerledik. Yatırımlar pula kaydı. Daha sonra kordone, lase, boncuk, zincir makineleri revaçta şu sıralar. Sektör teknolojiye ayak uyduran bir sektör. Makineyi alıp 5-

10 yıl kullanmıyoruz, sürekli kendimizi yeniliyoruz. Teknolojiye ayak uydurmak zorundayız. Böylelikle müşterilerimize daha çok modelle iyi koleksiyonlar sunabiliyoruz.

Perdelerde de son yıllarda nakış kullanılıyor ağırlık kazandı. Eskiden broderi makine-

leri kullanılıyordu. Çok fonksiyonları olmadığı için genelde tek renk nakış yapılabilirdi. Son zamanlarda perdeciler de nakışı keşfettiler. Nakışla birlikte çok değişik desen ve çok farklı renklerle muhteşem koleksiyonlar çıkmaya başladı. Şu an perde nakışı için üretilen ürünler yok satıyor. Bu alanda büyük bir talep var.

### **"Nakışta dünyada ne varsa daha kaliteli ve daha uygun fiyata Türkiye'de üretebiliyoruz"**

#### **Gelinlik sektörüne de hizmet veriyor musunuz?**

Türkiye'de nakış sektöründe şu anda yapılamayacak bir şey yok. Dünyada ne üretiliyorsa biz aynısını üretebiliyoruz. Ancak bizim tek sıkıntımız pazarlama. Fransa'dan alınan dantellerin aynısı burada yapılabiliyor. Sadece bir organizasyon eksikliği, pazarlama sıkıntısı olabilir. Dışarıdan alınan kumaşların yarı fiyatına bizim ülkemizde üretmek ve edinmek mümkün. Aynı şekilde Hindistan'dan alınan arma tarzı şeyler de yapabiliyoruz. Onlarda işçilik ucuz olduğu için el ağırlıklı çalışıyorlar. Ancak biz makinede çok iyiyiz. Türkiye nakışı çok iyi biliyor. Bu konuda da yatırım yapmaya devam ediyoruz.

### **Sektörde ağırlıkta İstanbul olmak üzere 2 binin üzerinde firma faaliyet gösteriyor**

İstanbul'da bine yakın nakış firması var. Türkiye genelinde ise 2 bini geçiyoruz. İstanbul'u Bursa, İzmir, Denizli, Adana ve Gaziantep takip ediyor.

#### **2017 sektör açısından nasıl geliyor?**

2016 yılında bizim koleksiyonlarımızla birlikte modanın

nakışa döndüğünü gördük. 2017 yılı ile birlikte nakış müthiş yoğun geçiyor. Son 4-5 yılda dijital baskı çok modaydı. Ucuzdu aynı zamanda. Nakış biraz pahalı kalıyordu. Ama moda nakışa döndü. Trende uygun olarak çok vuruşlu nakışlar yapmaya devam ediyoruz. Sektör çok iyi bu yıl. Bu akımın 2018'de de devam etmesini bekliyoruz. Şimdiki koleksiyonlarda yine var. 2018 ve 2019'da da da süreceği gibi görünüyor.

#### **İNSAD olarak kuruluş amacınız nedir, ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?**

İNSAD 1994 yılında kurulmuş olan 23 yıllık bir sektörel sivil toplum kuruluşu. Kendi mülkümüz olan Dernek merkezimizde faaliyetlerimize devam ediyoruz. Nakışçılar arasındaki birlik ve beraberliği sağlamak amacı ile kurulduk. Son yıllarda nakışçılardan bazı duayen ağabeylerimiz işlerin durgun olmasından dolayı çıkmak zorunda kalmışlardı. Bu yıllarla birlikte biraz soluk aldık. Eski günlerimize dönmeye başladık, yatırımlarımız hızlandı.

İNSAD olarak çatı kuruluşumuz MHGF'nin üyesiyiz ve Federasyonun faaliyetlerine yoğun olarak katılıyoruz. Derneğimizde 15 günde bir toplantı yaparak, fiyatlar, yeni yatırımlar hakkında görüş alışverişinde bulunuyoruz. "Derneğimize ve sektöre ne verebiliriz?" diyerek ortak hareket etmeye çalışıyoruz. Geçtiğimiz yıllarda yüklü olarak ortak malzeme alımı yaparak üyelerimize ciddi destek sağlamıştık.

#### **Temel sorunlarınız nelerdir?**

En büyük sorun kalifiye eleman sıkıntısı. Yetiştirilmiş eleman bulmak çok zor. Son yedi yılda çirak gelmiyor, yetiştiriyor.



Bütün firmaların ortak sorunu istihdam sorunu. Bizim istediğimiz eleman bu işi yapmaya istekli olsa yeter, biz işi makine başında bir haftada öğretiriz. Eğitim için 16 yaş ve üzeri olması gerek. Suriyeliler kayıt dışı çalışan firmaların çoğunda bulunuyor. Onlar giderse sektör zor durumda kalır. Kayıtlı çalışanlar da prosedüre uygun yapıyor.

### **Kalifiye eleman sıkıntısından sonra en büyük sorun fiyat istikrarı**

Sektördeki ikinci problem fiyat istikrarı. Merdivenaltı şirketlerle mücadele ediyoruz. Sigortasız, servis yok, yemek yok, maaşını düzgün ödemediği işçi çalıştırıyorlar. Çok ciddi bir haksız rekabet var. Böyle olunca da fiyat istikrarını yakalayamıyoruz. Bize iş veren firmalar fason çalışan firmalara iş veriyor. Büyük firmaların amacı karlarını artırmak. Biz de ayakta durmaya çalışıyoruz. Kapasite doluluk oranımız son yıllarda iyi olduğu

için fiyat yükselmese bile biz farkı kapattık. Sektörde yavaşlama olduğu zaman bu defa zararına çalışmaya başlıyoruz. Kapasitemiz yüzde 100, bunun yüzde 60'ını çalışırsak, yüzde 100'e göre fiyat veriyoruz. Böylece bizim karımızdan gitti yıllarca. Ayakta kalmak için zorlanan, düzgün çalışan firmalar kapatmak zorunda kaldı.

Sektördeki canlılıktan dolayı uzun yıllar sonra makine satışları tekrar arttı. Satış sonrası teknik destekte de sıkıntı yaşamıyoruz.

### **"Arma ve metraj nakışta milyonlarca Dolar ithalata gidiyor"**

Ancak ithalatla ilgili ciddi sorunlarımız var. Merter'de arma ve metraj nakışta baktığınızda yapılan ürünlerin yüzde 99'unu biz Türkiye'de üretebiliyoruz. Ama milyonlarca Dolar paramız Çin'e ve Uzakdoğu'ya akıyor. Burada da bir haksız rekabet var. Çin'in gidirleri çok düşük. Buna rağmen Çinlilerin



“Artık nakış her yerde görülüyor. Sadece giysi değil, ayakkabıdan tutun oyuncağa kadar her yerde. Hatta biz İstikbal Mobilya’ya bile ürün yaptık. Nakış sektörünün girmedığı alan yok. Araçlardaki paspasta bile nakış görebilirsiniz”

fiyatlarıyla rekabet ederek iş yapıyoruz. Buna engel olunmalı, vergiler konulmalı. Bazıları yaptık biz de yapmalıyız.

### “Nakış sektörünün girmedığı alan yok”

Artık nakış her yerde görülüyor. Sadece giysi değil, ayakkabıdan tutun oyuncağa kadar her yerde. Hatta biz İstikbal mobilyaya bile ürün yaptık. Nakış sektörünün girmedığı alan yok. Araçlardaki paspas da bile görebilirsiniz. Biz fasoncuktan çıkıp, ihracatçı olmadık ancak nakış işini en düzgün bir şekilde yapmaya çalışıyoruz,

üreticinin işine karışmıyoruz. Geçtiğimiz yıllarda bazı değişiklik sorunlar da oldu. Nakışçıya para ödememek için firmalar nakış makinesi alıp işyerlerine koydular ve çoğu zarar etti. Nakış bilmediklerinden onlara maliyeti daha fazla oldu. Birkaç firma var halen böyle çalışan, onlar da bizim için haksız rekabet oluşturmakta. Dünyada artık her yerde ihtisaslaşma var.

### “Farklılaşmak, yenilikleri takip etmek durumundayız”

Dünyada her gün yenilikler devam ediyor. Biz de farklılaş-

mak zorundayız, yenilikleri takip etmek durumundayız. Standart çalışanların işi çok zor. Farklı bir şey üretince onun katma değeri daha fazla oluyor.

### “Hazır giyim Anadolu’ya gidecekse nakış ve baskı da gitmeli”

**Sektör olarak Anadolu’da kümelenmeye nasıl bakıyorsunuz?**

Hazır giyimin olmazsa olmazı baskı ve nakıştır. Baskı ve nakışsız biz hazır giyimin tam ürün olma şansı çok az. O nedenle Anadolu’da yatırım yapı-

cak hazır giyim firmalarının nakış sektörünü teşvik etmeleri, nakışçı arkadaşların da oraya yatırım yapmaları elzemdir. Bunun yanında aksesuar ve baskıcıların da gelmesi gerekiyor. Ürünü hızlı bir şekilde biçip, nakış işleyip, dikip, paketleyip sevk etmesi gerekli. Ürün kesilip, İstanbul’a getirilirse iki-üç gün kayıp oluyor. O nedenle nakışçıların Anadolu’da yatırım yapmaları zorunlu. Van’da üyelerimizden Gündüz Nakış adlı bir firma yaptı örneğin. Faaliyetine devam ediyor. Bu çok önemsenmesi gereken bir konu.



# ***Siz En İyisine Layıksınız***



## **ABDULLAH COŞKUN**

***Dörtlü, altılı ve sekiz yaylı vibrasyon ayaklarımız 18 kafa 24 kafa ve 56 kafa yeni tip kombi nakış makinaları için sarsıntısız ve daha sessiz çalışma sağlar. Biz daha iyisini yapıncaya kadar en iyisi bu. Uygun fiyat garantisi ile hizmetinizdeyiz.***



5745/1 Sokak No:2 MTK Sitesi Çamdibi /İZMİR  
Tel: 0232 431 08 48 • Fax: 0232 431 07 45 • Gsm: (Abdullah Coşkun) 0532 244 65 74  
e-mail: [tajimabarudanabc@gmail.com](mailto:tajimabarudanabc@gmail.com) • [coskunabdullah@hotmail.com](mailto:coskunabdullah@hotmail.com)

# MHGF BAŞKAN YARDIMCISI METİN ÇETİNKAYA: “Nakış, ürünün satışını artırır”

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) YÖNETİM KURULU ÜYESİ VE İSTANBUL NAKIŞ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (İNSAD) BİR ÖNCEKİ DÖNEM BAŞKANI METİN ÇETİNKAYA NAKIŞIN BİR ÜRÜNÜN SATIŞINI ARTIRAN EN ÖNEMLİ ETKENLERDEN BİRİ OLDUĞUNU VURGULUYOR.

**M**HGF Başkan Yardımcısı Metin Çetinkaya 1975'ten bu yana sektörde faaliyet gösteren sektörün duayenlerinden ve aynı zamanda İNSAD'ın kurucusu Nurettin Çetinkaya'nın kurduğu Çetinkaya Nakış'ın ikinci kuşak temsilcisi. Babasının iki dönem başkanlık yaptığı İNSAD'da 10. Dönem Başkanlığı da yapan Metin Çetinkaya'dan nakış sektörü ile ilgili değerlendirmelerini aldık.

**Tekstil ve hazır giyim ve bağlantılı olarak nakış sektörümüzün dünyadaki konumunu nasıl yorumluyorsunuz?**

Tekstil ve hazır giyimde Türkiye dünya da bilgi birikimi ile en iyiler arasında. Bunun haklı gururunu yaşıyoruz. Bir tek markalaşma konusunda eksik kaldığımızı düşünüyoruz. Hala kendi markalarını üretmediği, onların markaları ile hizmet verdiği süreçte ihracatçımız dahi fason zihniyeti ile çalış-

maktadır. Ama tabi bu son 10-15 yılda birkaç tane markamızın yurtdışı pazarlarda kendi markaları ile mağazalaşması ve kendi etiketleri ile ürün satışı yapması ile farklı bir hal aldı ama bence olması gerekenin çok altında. Tabi markalaşma kolay değil. İtalya, Fransa gibi kreasyonda devleşmiş ülkelerle yarışmak zorunda kalınıyor. Bunlar sadece tekstil değil, her konuda ileride duruyorlar.

**“Ürünü boş olarak iki liradan, 50 kuruşluk nakış dört liradan satabilirsiniz”**

Nakış sektörüne gelince, bir ürünün satışını en kolaylaştıran etkenlerden biri nakış- tır, baskıdır. Baskı boya ile, nakış iplik ile yapılan bir süsleme sanatıdır. Nakışın tabi bir de insanlık tarihi kadar eski olan bir geçmişi var. Dünyadaki en eski süsleme sanatlarından. Tabi biz bunu modern olarak, endüstriyel olarak yapıyoruz. Günümüzde nakış ürüne katma değer sağlamaktadır. Ürünü boş olarak iki liradan satarken, 50 kuruşluk nakış işlendiğinde bunu dört liradan satabilirsiniz. Bunu sadece giysilerde değil havlu, bornoz, yatak takımı, perde gibi ev tekstilinde, hatta otomobil, tekne koltuklarında nakışı görmek mümkün.

**Nakış sektöründeki bu yoğunluk önümüzdeki yıllarda devam edecek mi?**

Bu trendin iki ya da üç yıl devam edeceğini düşünüyorum. Nakış her zaman var ancak kimi zaman az kimi zaman daha çok oluyor.

**“Yurt dışındaki iyi fuarlar yakından takip edilmeli”**

**Türk nakış sektörü neleri düşünerek geleceği planlamalı?**

Bence nakış sanayicileri teknolojik gelişmeleri çok yakından takip etmeli. Yurt dışından yapılan hem makine hem moda fuarla-

rında mutlaka neler yapılıyor, neler isteniyor bilinmeli. Geleceğin önceden tahmin edilmesi açısından bu çok önemli. Ama her fuarın değil, iyilerinin tercih edilmesi gerekiyor. Türk sanayicilerinin tümünün buna dikkat etmesi gerekiyor. Makine, moda, kumaş, iplik gibi tüm fuarlar yakın takibe alınmalı.

**“Maliyetler çok yüksek”**

**Sektörün temel sorunları nedir?**

Fason olarak çalıştığımız için merkezlerde çalışmamız gerekiyor. İstanbul dışında çok başarılı olamıyoruz. İstanbul'da şu anda emlak satın alma ve kiralama çok yüksek fiyatlarda seyreliyor. Bunun yanında merkez yerlerde çalışan elemanların da yüksek fiyatlarla çalışması sözkonusu. İşçilik maliyeti bizim en temel problemlerimizden birisi. Emek yoğun bir sektör çünkü. Bu nedenle merkezi yerlerde bulunmanın bize maliyeti büyük.

**“Merdiven altı ve kayıt dışı çok”**

Bunun dışında aslında bundan bile büyük olan haksız rekabet konusu var. Merdiven altı, kayıt dışı çok fazla. Biz göz önünde yiz ama onlar görünmüyor. Vergi ödemiyor, çalışma şartlarına uymuyorlar ve karları yüksek.

Ayrıca, sektör olarak iş güvenliği açısından tehlikeli iş sınıfındayız. Bunlar da maliyet olarak yansıyor. Bir ara Ankara'da bu yönde görüşmeler yaptım. Ancak yakın bir gelecekte Türkiye'de “Az tehlikeli” diye bir iş sınıfı olmayacak, kalkacak. Hepsi ya “Tehlikeli İş” ya da “Çok tehlikeli İş” sınıfı olarak ayrılacak. Bu nedenle biz de değiştirmenin anlamlı olmayacağını düşünerek “Tehlikeli İş” sınıfında kalmaya karar verdik. Ben aynı zamanda İSO da Kurucu Meclis Komitesi'nde komite üyesi olarak görev yapıyorum. Orada da bu konunun üzerine çok gittik. Sonuç yine aynı olarak çıktı karşımıza.



Metin Çetinkaya  
MHGF Bşk. Yrd.



Ilhan Kuloğlu  
MHGF Yön. Krl. Üyesi

MHGF YÖN. KRL. ÜYESİ VE İNDER ÖNCEKİ  
DÖNEM BAŞKANLARINDAN İLHAN KULOĞLU:

# “Nakış sektörü hazır giyimın kuaförü ve makyajcısı”

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) YÖNETİM KURULU ÜYESİ VE İZMİR NAKIŞ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ’NİN (İNDER) KURUCUSU VE ÜÇ DÖNEM BAŞKANLIK YAPAN İLHAN KULOĞLU ÇOCUKLUĞUNDAN BU YANA NAKIŞ SEKTÖRÜNÜN İÇİNDE. KULOĞLU, NAKIŞ SEKTÖRÜNÜN HAZIR GIYIMIN KUAFÖRÜ VE MAKYAJCISI OLDUĞUNU İFADE EDİYOR.

**İ**lhan Kuloğlu, MHGF Yönetim Kurulu Üyesi ve aynı zamanda İzmir’deki nakışçıların çatı kuruluşu İNDER’in kurucusu. İNDER’in üç dönem başkanlığını da yapan Kuloğlu, yaklaşık 25 yıldır sektörel derneklerde, oda ve birliklerde görev alarak, sektörün gelişmesi ve çıkarlarının korunması adına uzun yıllardır mücadele veriyor. İlhan Kuloğlu ile nakış sektörünü konuştuk.

## Nakışta sektörel örgütlenme nasıl başladı?

Sektörümüzdeki ilk örgütlenme olan İstanbul Nakış Sanayicileri Derneğinin (İNSAD) kuruluşunda başkanımız Nurettin Çetinkaya Bey’le kurucu olarak katkılarımız oldu. Sonra Denizli Nakış Sanayicileri Derneği’nin kurucusu ve yönetim kadrolarından sonra İNDER’de sırayla üç dönem yönetim kurulu başkanlığı yaptım. Daha sonra görevimi başkanımız Muin Altın Bey’e devrettim.

## “Amacımız; sektörümüzü daha iyi bir konuma getirmek ve geliştirmek”

Bütün bu dernek ve odalardaki bulunmanın sebebi, “Sektörümüzü nasıl daha iyi bir konuma getirebiliriz, geliştirebiliriz? Yeni fuarları, yeni teknolojileri sektörümüze nasıl tanıtırız? Sektörün sorunlarını, sesimizi, dertlerimizi tek bir kişi ya da tek bir firma ola-

rak değil, toplu olarak nasıl dile getirip çözümler üretebiliriz?” düşüncesidir. Bu yolda yaklaşık 25 yıldır birçok sektörel dernekte, oda ve birliklerde görev aldım.

## “Nakış, hemen hemen bir çok dalda spesifik makinelerle farklı yaratıcılıklarla her sektöre giriyor”

**Nakış sektörü çok bilinmese de aslında hazır giyimde büyük öneme sahip. Nakış sektörünün önemini nasıl anlatırsınız?**

Doğru söylüyorsunuz. Nihai tüketici çok bilmesede nakış sektörü 1989 yılından sonra elektronik makinelerin Türkiye’ye girmesiyle birlikte konfeksiyon sektörünün büyüüp gelişmesinde büyük rol almıştır. Tabii ki bununla birlikte bizim sektörümüz de büyüdü. Nakışlı ev tekstili işleri baskılı ev tekstiline doğru kayınca bizim sektörümüz konfeksiyon işleri üzerine ağırlık verdi. Ayakkabılar, tişört, spor kıyafetler, gömlek, deri sanayi gibi birçok sektöre nakıştaki son teknikleri kullanarak hizmet vermeye başladı. Şu an hemen hemen bir çok dalda spesifik makinelerle farklı yaratıcılıklarla her sektöre girebiliyoruz.

Ben nakış sektörümüzü kuaförlüğe benzetiyorum. Giyim veya diğer sektörlerin imalatlarına değişik renk ve desenlerle makyaj yapıyoruz ve ürünlerin katma değerini artırıyoruz.

“*Nakış sektörümüzü kuaförlüğe benzetiyorum. Giyim veya diğer sektörlerin imalatlarına değişik renk ve desenlerle makyaj yapıyoruz ve ürünlerin katma değerini artırıyoruz”*

İNDER BAŞKANI MUİN ALTIN:

# “Kalitesinden dolayı kimse nakışta Türkiye’den vazgeçemez”

İZMİR NAKIŞ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (İNDER) MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) ÇATISI ALTINDA YER ALAN NAKIŞ DERNEKLERİNDEN BİRİ. BAŞKAN MUİN ALTIN NAKIŞ SEKTÖRÜ ÖZEL SAYIMIZDA YAPTIĞIMIZ SÖYLEŞİDE NAKIŞTA TÜRKİYE’DEN VAZGEÇEMEDİĞİNİ BELİRTEREK, “TÜRKİYE EKİPMANI, MALZEMİYİ, İNSANINI VE TÜM BİRİKİMİNİ DOĞRU ORGANİZE EDİP, EN BAŞARILI İŞİ ORTAYA KOYUYOR” DİYOR.



**Muin Altin**  
MHGF Yönetim Kurulu  
Üyesi ve İzmir Nakış  
Sanayicileri Derneği (EGSD)  
Başkanı

**A**ltın Nakış olarak 1985 yılından beri, 32 yıldır nakış sektörünün içinde olan Muin Altın, İNDER’in dört yıldır başkanlığını yapıyor. Avrupa Birliği’nin nakış sektöründen çıkmasından sonra nakış sektörü ile ilgili araştırmalar yapan Altın, 95-97 yılları arasında Romanya’da yatırım yapmış. Orası İtalya’nın arka bahçesi gibiydi. Bu kapsamda Makedonya’yı da incelemiş ancak oranın da Almanya’nın arka bahçesi olduğunu daha sonra gittiklerinde aynı hala aynı şeyleri ürettiklerini görmüş. İNDER Başkanı Muin Altın ile sektörün dünyada, Türkiye’de ve yerelde İzmir’deki konumu ile ilgili bir söyleşi gerçekleştirdik.

**“Yabancılar geldiğinde şaşırıyor, Türkiye’de yenilikleri görüyorlar”**  
**Nakış sektörümüzün başarısının arkasında ne var?**

Türkiye’den kimse vazgeçmiyor. Çünkü ekipmanı, malzemeyi, insanını ve tüm birikimini organize edip, en kaliteli işi ortaya koyuyor. Nakış sektörümüzün hiç bir eksisi yok bana göre. Yabancılar geldi-

ğinde şaşırıyorlar, Türkiye’de yenilikleri görüyorlar. Çok hızlı trend değişimi oluyor, üreticiler bile takip edemiyorlar. Türkiye’de dünyanın en gelişmiş, en yeni makineleri kullanılıyor.

**“Nakışta yoğunluğun azalacağı dönemler öngörülerek önceden planlama yapılmalı”**

**Kullanım alanları ve moda açısından bakarsak trend ne yönde?**

Günümüzde her şey üzerinde nakış kullanılıyor. Her türlü kumaş ve deri üzerinde, ayakkabıda nakış uygulanıyor. Pullar, payetler, boncuklar da kullanılıyor. Bu trendin 2018 yılının sonuna kadar devam edecek gibi görünüyor. Bu da tabi geçici bir durum çünkü genelde en fazla on yıl gibi bir süre sonra insanlar doyumuna ulaşarak bırakıyor ve ardından değişim geliyor. Bundan dolayı bu süre boyunca fazla borca girmeden açık pozisyonlar varsa kapatılması gerek. Durduğu zaman ne yapılacağını önceden planlamak gerekiyor. Örneğin 30 kişi çalıştırırken 70 kişi oldunuz. Bu trend değişince tekrar 30 sayısına nasıl

düşeceksiniz, en azından tazminatlar nasıl ödenir? Elinizde bulunan yarı fiyatına düşen makineler ne olacak?

Bunun dışında teknik tekstil ürünleri ile, promosyon piyasasıyla iletişimde olunmalı. Fırsatları değerlendirmeli. Ayrıca yerli malzemelerin kullanılması yolu ile yerli mal üreticileri de desteklenebilir.

**Firmalar için sürdürülebilir kapasite nasıl sağlanmalı?**

Bunun için büyümenin çok kontrollü gitmesi gerekiyor. İlave nakışçının sadece nakışçı değil, bir takım şeyleri de üretiyor olması gerekiyor. Nakışın yanında örneğin sehpa örtüsü üretebilir, teknik tekstille ilgili işler yapabilir, promosyon piyasasına çalışılabilir. Yeni bir pazar oluşturulabilir, üretim çeşitlendirilebilir.

**Sektörü daha ileri götürmek için neler yapılmalı?**

Tabiki moda-tasarımdır bunun çaresi. Ama kimin için üretilecekse onlarla çalışılmalı. Örneğin Rus piyasası için Rus tasarımcılara da ihtiyaç vardır. İleri gitmek için tasarım gerekir. Araştırma ve moda-tasarım

ekipleri oluşturulmalı. Çalışmalar var bu konuda.

### **“Ortak kapasite kullanımı ve bilgi paylaşımı ile sektörde herkes kazanır”**

#### **Sektörde bir ihtisaslaşma var mı?**

Evet. Herkes nakış yapar ama ayakkabı nakışını herkes yapamaz. Çorapta da öyledir. Nakış çeşitlerine göre uygun aparatlar olmalı, eleman yetiştirilmelidir. Pul, kordone ya da süzene nakışı herkes yapmıyor. Sadece perde nakış yapanlar var örneğin. Özellikle aranan işlerde o konuda iyi olan arkadaşları tavsiye ediyoruz, yardımlaşıyoruz. Nakışçıların belli kapasiteleri var. Kapasite fazlası, artı gelen işler de paylaşarak yapılırsa bundan herkes kazanır. Böylece bilgi aktarımı da olur, dostluklar gelişir. Bu da sektörün ayakta kalmasını ve ileri gitmesini sağlayacak önemli faktörlerdir. Bir malzeme ya da bilgi sadece bende kalsın istenirse müşteri beklemekle geçer gider zaman.

### **“Türkiye özel ürün pazarlarından da pay almaya çalışmalı”**

Bir de bunun dış ülkelerle ilgili ayağı da var. Bu konu teknik tekstili de ilgilendiriyor. Su itici, antibakteriyel kumaşlarla da çalışıyoruz. Türkiye bu özel pazarlardan da pay almaya çalışmalı. Belçika ordusuna dört yıl boyunca arma yaptık. Bu armaların birçok zorlu şarta dayanıklı olması gerekiyordu. Bu amaçla birçok dış etkene dayanan özel malzemeler kullandık. Bu tür nakışlar da nakış sektörünün “nasıl ayakta kalınır?” sorusuna da cevap olacaktır. Bu sadece nakışta değil diğer alanlarda da düşünülmeli, bu pazarlarla ilgilenmek gerekir.

Önümüzü görmek ve yeni pazarlar bulmak anlamında tüm fuarlar takip edilmeli.

### **İzmir’de nakış sektörünün sorunları nelerdir?**

Temel sorunumuz yeterince üretici kalmaması. Bizim bölgemiz olan, İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi’nin tekstil-konfeksiyon firmalarının ortalaması yüzde 50-60 idi. İş bırakmalar arttı ve şu anda kayıtlı 18-19 nakışçı firma var. Ancak derneğimize ve Ege Bölgesi Sanayi Odası’na (EBSO) kaydı olmayan kendi başlarına vergi mükellefi olan 70-80 firma var. Bunların çoğu iç piyasa ve kendilerine üretim yapan firmalar. İzmir’in dezavantajı firmaların birçoğu üretimden çıkarak organizasyon firması haline geldi. Üretimlerinin çoğunu İzmir dışına çıkardılar.

Bu arada fiyat konusu da sıkıntılı. Üretici fiyatları daha uygun olan yerlerle daha çok iş yapıyor. Fiyat politikası oturmamış durumda. Türkiye’nin çok iyi bir mutfağı var, dünyada çok iyi durumda. Rekabet büyük gerçekten. Çin, Hindistan, Pakistan gibi ülkeler el emeği yoğun ülkeler. Her şeyden önce verimlilik önemli.

### **“Meslek standartlarımız ve eğitim müfredatımız oluşturulmalı”**

Bunun dışında yetişmiş insan gücü konusu da var. Ayrıca bir meslek standardımız da yok. Sektörün istediği yönde eğitim müfredatı olmalı.

**Gelinlik sektöründe İzmir başkent olarak nitelendiriliyor. Bu alanda ithal edilen dantel gibi ürünlerin tedariğinde dışa bağımlılıktan kurtulabilinir mi? Sektör bunu karşılayabilir mi?**

Türkiye’nin gelinlik üretiminin büyük bölümü olan %70’i İzmir’de yapılıyor. İF Wedding ile daha da gelişti. İzmir burada niş trendi yakaladı ve götürüyor. Zaten var olan bir şeydi, bu sayede uluslararası duyurulmuş oldu. Gelinlikte makineleşmeye gidildiğinde bu sıradanlaşıyor. Uzak Doğu’dan getirilen malzemelerle yapılan gelinliklerde seri üretim yapılabilir ancak bu branşta gelişen konu el işçiliğidir. İzmir gelinlikte seri üretimde çok ileride. Rakamlar da bunu ortaya koyuyor. Ancak nakış işi içine girdiğinde durum değişir. Gelinlikte nakış makineleri yatay olarak çalışır. O kumaşları işleyecek makine gerek. İzmir’de de brode makineleri var. Ancak burada diğer

bir konu; ayakkabı sektöründe olduğu gibi altı ay ya da bir yıl vade ile çalışılması. Burada peşin işçilik ile bu işleri döndürmek zorlaşıyor. El işçiliği işin içine girdiğinde pahalıya mal edilmesi geliyor gündeme. Bu konuyla özel olarak ilgilenen İzmir’de ve başka illerde meslektaşlarımız var.

**“İzmir’in dezavantajı firmaların birçoğu üretimden çıkarak organizasyon firması haline geldi. Üretimlerinin çoğunu şehir dışına çıkardılar”**



**İNDER Yönetim Kurulu Başkanı Muin Altın ve bir önceki dönem başkanı İlhan Kuloğlu’dan dört yıl önceki genel kurulda görevi devraldı.**



**İNDER’in geleneksel iftar yemeği, sektörü ve tedarikçilerini her yıl Ramazan’ın kutsal atmosferinde İzmir’de buluşturuyor.**

# Barudan

Barudan Tekstil Makinaları İ ve Dış Tic. Ltd. Şti.  
Mehmet Akif Cad. Turunçlu Sk. Mesa Plaza 25/12 Merter - Güngören - İST.  
Tel: (0212) 504 32 70 pbx. - Fax: (0212) 553 45 15

Barudan



DENSAD YÖN. KRL. BŞK. MUSTAFA YASTIKÇI:

# “Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya yatırımla ihracatta sürdürülebilir büyüme sağlanabilir”

GERİDE BIRAKTIĞIMIZ 2016 YILINDA ÜLKE İHRACATIMIZDA YÜZDE 0,8 BİR AZALIŞ OLMASINA RAĞMEN, 2017 YILINDA ÜLKEMİZ İHRACATINDAKİ POZİTİF GELİŞMELERİ İLK 5 AYI GERİDE BIRAKTIĞIMIZ DÖNEMDE ÜLKE İHRACATIMIZDAKİ ARTIŞ ORANININ YÜZDE 10 OLDUĞUNU GÖRÜYÖRÜZ. BU DA DEMEK OLUYOR Kİ AR-GE, İNOVASYON, TASARIM VE MARKALAŞMAYA DAHA FAZLA YATIRIM YAPARAK İHRACAT ARTIŞIMIZI SÜREKLİ KILMAYI, İHRACATIMIZDAKİ YÜKSEK KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERİN PAYINI DAHA ÜST NOKTALARA TAŞIMALIYIZ.

**D**enizimiz açısından baktığımızda havlu ve bernoiz ihracatının başkentinde 2016 yılının Ocak-Mayıs döneminde 1 milyar 103 milyon dolar ihracatını 2017 yılının yine Ocak-Mayıs döneminde yüzde 7 arttırarak 1 milyar 185 milyon dolara çıkarmıştır.

## “Denizli’de hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında rekor artış”

Denizli’nin ihracatında hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 419 milyon dolar ile zirvede yer almıştır. Değerli arkadaşlarımız ülke ekonomisine katkı sağlayan nakış sektöründe moda ile birlikte ivme kazanmasıyla işlerimizde bir yükselme olmuştur. Şu anda işler yoğun bir şekilde devam etmektedir. İnşallah bu yoğunluğu yeni

modellerle nakış ve işlemenin oldukça fazla olduğu bir 2018 yılında da bekliyor ve temenni ediyoruz.

## “Kalifiye eleman eksikliğine yönelik çalışmalar yapmalıyız”

Nakış sektörü olarak işlerimiz her zaman bu yoğunlukta ve bu şekilde geçmiş yıllar yaşadığımız gibi devam etmeyebilir, bizler de sürekli yeni tasarımlarla ve koleksiyonlarımızla ayakta kalabilmek için yenilikler yaparak işlerimizi geliştirmeliyiz. İşlerimizi geliştirmenin yanı sıra, sektörümüzde eksikliğini sürekli hissettiğimiz kalifiye eleman eksikliğine yönelik çalışmalar yapmalıyız.

Eleman bulunsa dahi çalışacak alanlarda iş beğenmemektedir. İşçiler bayram tatillerinin uzun oluşu, işsizlik maaşları, sosyal yardımlar ve benzeri uygulamalardan dolayı kamuda kolay işlerde çalışmak istemektedirler. Özellikle bizler, gençlere örnek olarak ihracata ve yatırıma önem vermeliyiz ki istihdamımızı artırarak ülke ekonomisine katkı sağlayabilelim.

Birlik beraberlik anlamında şu bilgiyi vermeden geçemeyeceğim. Yıl 1999 Denizli Nakış Sanayicileri Derneği’ni (DENSAD) kurduk. O dönemde İstanbul’da her yıl nakış makineleri ve iplik fuarları yapılır, biz de nakış sektörümüzü temsil eden dernek üyesi

arkadaşlarımızla topluca fuara giderdik. Fuararda görüşmemiz üzere Madeira Nakış İplikleri’nin Denizli bayiliğini almıştık. Fuar dönüşü sektörümüzü temsil eden dernek üyelerimizle bir toplantı yaptık ve bu toplantı neticesinde 2001 yılında 24 ortaklı ve her ortağın eşit pay sahibi olduğu Denizli Nakış Sanayicileri A.Ş. (DENSAS) adı altında bir şirket kurmaya karar verdik ve kurduk. Madeira iplik bayiliği, tela bayilikleri, nakış makine parçaları, nakışta kullanılan sarf malzemeler; içneden ipliğe her şeyi sektörümüzün, üyelerimizin hizmetine sunduk. Bu şirketi kurmaktaki amacımız diğer iplik satışı yapan firmalara rakip olmak için değildi. O dönemlerde hepimiz hatırlarız ki enflasyon çok yüksek olduğu için fiyatlar her gün zam geliyordu. Piyasada denge unsuru olmak için DENSAS’ı kurduk. O günden bugüne, ortak sayımızda azalma olsa da, sonraki yıllarda Durak Tekstil iplik bayiliğini de alarak, şirketimiz güçlü bir şekilde yoluna devam etmektedir.

## “DENSAD ve DENSAS birlik ve beraberliğin bir göstergesi”

Bu anlamda derneğimiz DENSAD ile DENSAS, nakış sektörü olarak birlik ve beraberliğimizin bir göstergesi olmuştur ve büyüyerek devam etmektedir.

### Mustafa Yastıkçı

Denizli Nakış Sanayicileri Derneği (DENSAD) Yönetim Kurulu Başkanı

Mustafa Yastıkçı

DENSAD Yönetim Kurulu Başkanı

# DENİZLİ

DENİZLİ TEKSTİL KONF. NAKIŞ SAN. VE TİC. A.Ş.

*farklı renkler farklı desenler*



Nakış temizleme makas çeşitleri



**MADERA**

Nakış İplikleri Denizli Bayii



Prinç Yağı



Nakış makinası iğne çeşitleri



Bobin aktarma ve masura sarma makinaları



Falcon nakış tela çeşitleri  
Suda eriyen tela ve naylon çeşitleri  
Isıda eriyen naylon çeşitleri



Misina



Aplika yapıştırma spreyi



Makina yağ çeşitleri



Kiloluk ve onbin metrelik alt ipliği



Sim çeşitleri



Kabartma ve suda eriyen eva çeşitleri

*Tüm nakış sarf malzeme çeşitleri*

Kirişhane Mah. Hz. Osman Camii Altı 2262/1 Sok. No: 1 DENİZLİ

Tel: 0.258. 251 11 53 - 251 15 37 Fax: 0.258. 268 97 90

GANİDER YÖN. KRL. BŞK. MEHMET ALİ BATIR:

# “Nakışta iyi bir dönemdeyiz ancak kâr marjları çok düştü”

MODA VE HAZIR GIYİM FEDERASYONU'NA (MHGF) BAĞLI DÖRT NAKIŞ DERNEĞİNDEN BİRİ GAZİANTEP'TE. GAZİANTEP NAKIŞ SANAYİCİLERİ DERNEĞİ (GANİDER) YÖNETİM KURULU BAŞKANI MEHMET ALİ BATIR, SEKTÖRDE İŞ AÇISINDAN İYİ BİR DÖNEM GEÇİRDİKLERİNE ANCAK KAR MARJLARININ GİDEREK DÜŞTÜĞÜNE DİKKAT ÇEKİYOR. BAŞKAN BATIR, YÜZDE 30-40 DOLAYINDA ARTAN HAMMADDE FİYATLARINI MÜŞTERİYE YANSITAMADIKLARINI BELİRTİYOR.

**M**ehmet Ali Batır, Anadolu'da önemli üretim üssü Gaziantep'teki nakış sektörünün başkanı. GANİDER'de iki yıldır başkanlık koltuğunda oturan Mehmet Ali Batır ile sektörün Gaziantep'teki durumunu konuştuk.

## Sizce nakış sektörünün önemi nedir?

Hazır giyimde aksesuar olarak düşünürsek imal edilen ürünün daha güzelleştirilmesi, üzerine artı değer katılması için çok önemli bir sektör nakış sektörü. Tekstil ve hazır giyimdeki trendlere bağlı inişli çıkışlı günler yaşamamıza rağmen nakış her zaman tercih edilen bir öge olmuştur. Sadece tekstilde değil örneğin bir terlik, ayakkabı üzerinde ya da çantada nakış kullanılabilir.



Mehmet Ali Batır  
GANİDER Yön. Krl. Bşk.

## “Gaziantep'te yaklaşık 140 nakış firması var”

**Bu yıl nakış sektörü açısından hareketli ve verimli bir yıl oldu. Gaziantep için de bunu söyleyebilir miyiz?**

Gaziantep'te nakış firmalarının sayısı yaklaşık 140. Sadece derneğimiz GANİDER'e kayıtlı 98 nakışçı var. Nakışta son beş yılın en iyi dönemini yaşıyoruz. Önümüzdeki yıl da bu ivmenin devam edeceğini öngörüyoruz. Çünkü geçtiğimiz yıllarda nakış yine vardı ancak boya ve baskı daha revaçtaydı.

Nakışın bu denli yoğunluğu yoktu. Bu sene beklediğimiz üzerinde bir talep var. Gaziantep'teki 140 nakış firmasının yaklaşık 100 tanesi fason olarak çalışıyor. 30'un üzerinde de nakış makinesi alan imalatçı firma var. Kendi mamulünü işlemek üzere atölyesine makine tahsis etmişler. Ancak eğer nakış yaptıracağınız kişi kendisi de imalatçı ise pek tercih edilmiyor. Çünkü genelde burada imalatçılar tarafından sezon başında bir yıllık koleksiyon hazırlanıyor. Diğer imalatçılar da gizlilik ve modellerin çalınma endişesiyle onlara iş yaptırmıyor. Bu nedenle de nakış makinesi çalıştırmayan imalatçılar fason nakışçılara yöneliyor. Nakış makinesi bulunan imalatçılar son dönemlerde azalmaya başladı. Çünkü kendilerinin uzmanlık alanı ile nakış farklı. Ayrıca makinenin çalışmadığı dönem onlar için maliyetli olmaya başlıyor ve zarar ediyorlar. Dolayısıyla ellerindeki makineleri çıkarmaya başladılar.

## “Hammadde fiyatlarındaki artışı müşteriye yansıtmakta güçlük çekiyoruz”

**Bölgenizde sektörün en büyük sorunları nedir?**

Hepimizin ortak sorunu fiyatla ilgili. Fiyat listesi olmasına rağmen burada maalesef bu rakamlar üzerinden imalat yapmak mümkün değil. Bu listenin altındaki fiyatlara çalışılıyor. İç piyasa ağırlıklı iş yapıldığı için, imalatçıların fiyat dengesizliği diğerleri ile bağlantılı olarak düşük oluyor. Geçtiğimiz yıl dövizin artışı nedeniyle hammadde girdilerinde ciddi artış oldu. Buna rağmen bu yüzde 30-40'lık fiyat farkını müşteriye yansıtmakta çok güçlük çekiyoruz. İmalatçılar

da kendilerine göre haklı. Satışta sıkıntılar gündeme geldi. Bu defa kârdan fedakarlık yapılarak üretim yapılmaya devam ediliyor. Bu açıdan bu sene nakış iyi ancak kâr marjlarımız düşük.

## “İstanbul daha ihtisaslaşmış, biz ise her işi yapıyoruz”

**İstanbul'daki çalışma sistemi ile Gaziantep arasında ne tür farklılıklar var?**

Nakışçılar olarak 12 ay çalışabiliyoruz. Yazlık, kışlık, ayakkabı derken bizim makinelerimiz hiç boş durmuyor. Bu açıdan İstanbul bize göre daha profesyonel. Orada herkes kendi alanının işini yapıyor. Bizde de asıl kaygı maliyetlerin düşük olması. Toptancılar buraya ucuz almak niyeti ile geliyor. Ayrıca malzeme temin edemediğimiz burada birkaç firma var. Ama İstanbul'da bir nakışçı daha fazla seçeneğe sahip. Bir iplikte bile çok daha fazla çeşide kolay ve hızlı ulaşabiliyorlar. Biz burada bir kaç çeşitten birini seçmek durumundayız ve ne fiyat verirse kabul etmek zorundayız.

Gaziantep'teki en ciddi sorunlardan biri de merdiven altı üretim. Her ne kadar üzerlerine gidilse de hala var. Bu da haksız rekabete sebep oluyor.

**Bu yıl daha çok hangi nakış türlerine talep oldu? Trendler ne idi?**

Daha çok genç bayan trikosu, konfeksiyon ve penye ürünlerde nakış oranı yükseldi. 0-12 yaş çocuklarda nakış ve baskı her zaman ön planda idi. Genç bayan grubu da bunlara eklendi. Ünlü firmaların ürünleri nakış ağırlıklı kullandı. Bu da nakış sektörünü canlandırdı.

*elastic bands*

**30 Yıllık Tecrübemiz ile**

kaliteyi sunuyoruz...



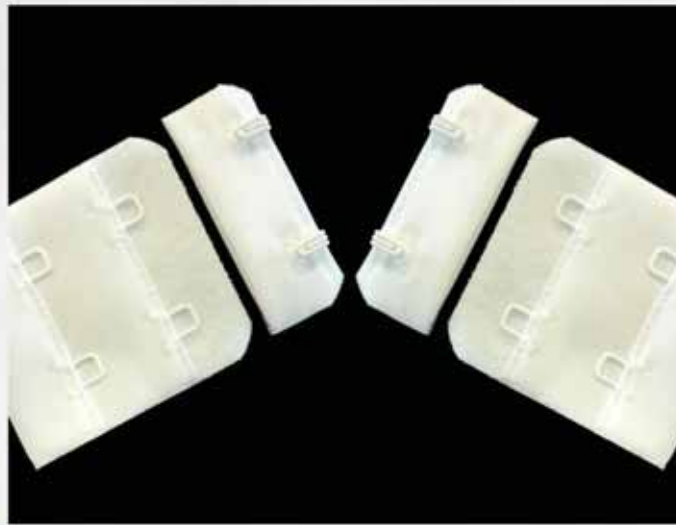
[www.ar-teks.com](http://www.ar-teks.com)



Sütyen Askı Lastikleri



Bel Paça Lastikleri



Agraf



Jakarlı Bel Lastikeri



Danteller

MHGF YÖN. KRL. ÜYESİ ALİ BOZKAN:

# “Makine alırken, TSE Hizmet Yeterlilik Belgesi istenmeli”

MODA VE HAZIR GIYIM FEDERASYONU (MHGF) YÖNETİM KURULU ÜYESİ ALİ BOZKAN, SEKTÖRDE HEM NAKIŞÇI HEM DE MAKİNECİ OLARAK UZUN YILLARDIR FAALİYET GÖSTERİYOR. BU YÖNÜYLE İKİ ŞAPKASI OLAN BOZKAN, SEKTÖRDE MAKİNE KAYNAKLI MAĞDURİYETİN YAŞANMAMASI İÇİN İTHALATÇININ TÜRK STANDARTLARI ENSTİTÜSÜ (TSE) HİZMET YETERLİLİK BELGESİ'NE SAHİP OLMASI GEREKTİĞİNE DİKKAT ÇEKİYOR. ANCAK KONTROL OLMADIĞI İÇİN BU DÜZENLEMENİN YAYGIN OLARAK UYGULANMADIĞINI VE NAKIŞÇININ MAKİNE ALIRKEN DİKKAT ETMESİ GEREKTİĞİNİ VURGULUYOR.

**A**li Bozkan, Türkiye'de ilk nakışçı-lardan Yeşil Nakış'ın sahibi rahmetli amcasının teşviği ile 1986'da Ankara'dan İstanbul'a gelerek iki elektronik makine ile nakış sektörüne başlamış. Türkiye'de elektronik makine sayısının beşi geçmediği o dönemden günümüze hem nakış sektöründe üretici, hem Dekat markasıyla makineci kimliğiyle çalışıyor. Ali Bozkan ile geçmişten günümüze nakış sektörünü ele aldığımız bir sohbet yaptık.

**“Tekstil ve hazır giyim sektörüne paralel nakış sektörü de 80’li yıllarla birlikte hızlı bir ivme kazandı”**

**Nakış sektörü bulunduğumuz noktaya nasıl geldi?**

1980’li yıllarda tekstil ve hazır sektörünün dışa açılmasına paralel olarak nakış sektöründe de çok hızlı ve ciddi bir ivme yaşandı. Ancak bu hızlı büyümenin getirdiği zorluklar da vardı. Vardiyeli çalışma sözkonusu idi, makine alımı zordu, yetişmiş personel de yoktu. Makine konusu 2000’li yıllardan sonra rahatladı. Bu tarihlerde Çin makineleri de devreye girdi. Bu durum Türkiye’de nakış sektöründe dengeleri alt üst etti. Fiyatlar ucuzlayınca bilinçsiz ve bu işe düşünmeden girenlerin sayısı arttı. Bu durum üretimin kalitesini de düşürdü.

Her şeye rağmen sektörün bu baş dönürücü gelişimi Türkiye’yi Avrupa’nın imalatı durumuna getirdi. Nakışçı, giyim sanayinde üretim yapan herkesin bildiğini



Ali Bozkan  
MHGF Yön. Krl. Üyesi

bilmek zorundaydı. İyi bir kumaşçı, iyi bir tasarımcı, modelist, stilist olmak zorundaydı. Nakış; sanat, zarafet, güzellik demektir. Bunların altını doldurmalıdır nakışçı. Ama başka sektörlerden gelenler nakışın bir vuruşunun kaç lira olduğunu hesap ediyor, kazancını düşünüyordu. Onlar nakışın özüne zarar verdi ve piyasada arz-talep dengesi bozuldu. Bir de o yıllarda stilistik yoktu, kopyacılık vardı. Avrupa’ya gidip buldukları, edindikleri modelleri bavullarla getiriyor, burada onu taklit ederek tüketiciye sunuyorlardı. Bunların sonucunda çok mağduriyet yaşandı. Kumaşa kombin yapılmasında sorunlar çıktı. Oysa nakışçının “kompleci” tabir edilen bir vizyonu olarak işe her yönden hakim olması gerekiyor.

**KontROLSÜZ makine ithalatı ve beraberinde gelen sorunlar hala devam ediyor mu?**

İthal edilen makinelerin arkasında durmak, satış sonrası dediğimiz hizmetler çok önemli. Belli bir dönem nakışçıya vaatler vererek makine sattılar. Üçte bir fiyata satılan bu kalitesiz makinelerde ciddi sorunlar çıktı. Yedek parça uyumsuzluğu oldu, istenen incelikte ve güzellikte iş çıkmadı. Görünüşte iyi olan bu makinelerin ömrü uzun olmadı. Bugün sektör onların açtığı yaraları sarmakla uğraşıyor. Türkiye’de piyasadaki bin makinenin hurdaya verildiği, sadece 500 tanesinin yüzde 80-90 randımanla çalıştığı, 2 bin makinenin de ancak yüzde 60-70 randımanla çalıştığı konuşuluyor.

**“Teknik servis elemanı ve buna bağlı teknik destek ofisi ile birlikte yedek parça deposu zorunluluğu var”**

**Gümrük Bakanlığı, bu konuda önlem aldı mı?**

Bakanlığın makine ithalatı ile ilgili aldığı bir karar var zaten. Ancak uygulamada ve kontrollerdeki gevşeklik yüzünden sıkıntılar oluyor. Düzenlemeye göre Türk Standartları Enstitüsü (TSE) Hizmet Yeterlilik Belgesi oluşturulması gerek. Bunun için de teknik servis elemanı ve buna bağlı teknik destek ofisi ile birlikte yedek parça deposu olmalı. Bunlar uygulandığında ithalatçı bu sıkıntıları önüne geçilmiş olacak. Belge aslında zorunlu ama kontrol olmadığından makineler istendiği biçimde yapıp getiriliyor. Örneğin



**Ev tekstilinde yıllardan beri süregelen jakarlı dokuma perdeler ve brode makinelerinde işlenen perdeler artık alışkanlık haline geldi ve sektörde yeni bir segment oluşturdu.**

makinenin üzerinde metal levha ile imalatçının ve aynı zamanda Türkiye'deki distribütörünün de iletişim bilgileri yer almalı.

### **Makinelerin yetenekleri arttı, pazar büyüdü**

**Modada nakış rüzgarı esmeye devam ediyor. Bu da nakışçının yüzünü güldürdü. Sektöre yansımaları nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Nakışlı ürünün artışı güzel ancak bunun ne kadar süreceği konusunda bir belirsizlik var. Nakış makinelerinin yeteneklerini artırması, inci, boncuğun da kombin edilmesi'nin bu gelişmede katkısı var. Görsellik gittikçe önem kazanıyor. Bu trendin 2019'un yarısına kadar devam etmesi bekleniyor. Son beş yıldır fabrikalardaki Ar-Ge çalışmalarıyla nakış makinalarına kombinasyonlar ve aparatlar eklendi. Bunlardan başlıcaları elektronik kordone. Daha önce

**"YURT İÇİNDEKİ TASARIMCILAR VE GİRİŞİMCİLER, BRODE MAKİNESİNİN YAPAMADIĞI, "HOT COUTURE" KORDONLU İŞLERDEN NUMUNE YAPARAK PAZAR ARAYIŞINA GİRDİ"**

belirli bir kalınlıkta çalışması, yaklaşık 4 mm ve üzeri ipliğin üzerinden dikmesi gerekirken, elektrikli kortal devreye girdi ve normal nakış ipliği kalınlığındaki ipliklerle de dikiş izinde kort yapma özelliğine sahip oldu. Üründe zarafet, görsellik ve tuşe artırılarak üzerindeki nakış ön plana çıktı. Yine aynı zamanda abiye kıyafetlerde kullanılan taşlar, nakış makinesinin kafa aralığına monte edilen aparatlarla aynı anda combine etme imkanı sağladı. Bu da sektörde nakışlı ve taşlı ürünlere ilgiyi artırdı. Pazarı da büyümüş oldu.

**Ev tekstili ile nakış birbiriyle çok iç içe. Bu alandaki gelişmeler hakkında bilgi verebilir misiniz?**

Ev tekstilinde yıllardan beri süregelen jakarlı dokuma perdeler ve brode makinelerinde işlenen perdeler artık alışkanlık haline geldi ve sektörde yeni bir segment oluşturdu. Yurt içindeki tasarımcılar ve girişimciler, brode makinesinin yapamadığı, "Hot couture" kordonlu işlerden numune yaparak pazar arayışına girdiler. Son iki yılda da yaptıkları bu çalışmalar sonuç verdi. Ciddi anlamda perdede nitelikli işler, modeller ön planda ve iyi bir pazara sahip. Çok güzel görsellikte al benisi yüksek, yatak örtüsü, şömen tabla gibi ürünlerde de hazır motifler kullanılırken, şu anda tek kordlu, çiftkordlu ve çok renkli nakışlı ürünler ön planda. Bunlar da nakış sektörünün cazip hale gelmesinde önemli rol oynayan faktörler.

## **Nakış sektöründen mesleki eğitime destek**

**T**ürkiye'de imalat sektörünün genelinde olduğu gibi nakışta da en temel sorunlardan biri nitelikli ve eğitimli işgücü. Bu ihtiyacı karşılamak amacıyla birçok meslek lisesinde "El Sanatları Teknolojileri" başlığı altında nakış bölümleri açılmış. Öğrenciler tarafından istenilen rağbet görmese de sektörel sivil toplum kuruluşları bu bölümlere makine, teçhizat, iplik, sarf malzemeleri yardımı yapıyor ve öğrencilerin uygulamalı eğitim almaları, staj yapmaları ve mezuniyet sonrası iş bulmaları konusunda desteklerini sürdürüyor.

Bu bölümlerin müfredatını incelediğimizde iş tanımı olarak talimat doğrultusunda desen çizebilen, çizdiği deseni bilgisa-

yarda hazırlayabilen, aplike desenini lazer makinesinde kesen, malzemeleri belirleyen, temin eden, sanayi nakış makinesinde işleyen ve kalite kontrolünü yapıp ürüne dönüştürebilen kişiler yetiştirilmesi amaçlandığı görülüyor. Bu kapsamda öğrencilere iş organizasyonu yapmak, el nakışları yapmak, makine nakışları yapmak, bilgisayarda desen hazırlamak, sanayi makinesinde nakış yapmak, nakışlı ürün tasarımları yapmak yönünde beceriler kazandırılıyor.

Bu bölümün altında sanayi nakışçısı, lazer kesim elemanı, makineci (sanayi makinecisi), bilgisayarda desen üretimsi gibi meslekler de yer alıyor.

TETAŞ GENEL MÜDÜRÜ SEZGİN BİNGÖL:

# “Dünyada nakışı giysilere en iyi işleyen ülke Türkiye”

TÜRKİYE’NİN TEKSTİL VE HAZIR GIYIMDE KÜRESEL BAŞARISININ EN BÜYÜK NEDENLERDEN BİRİ DE MAKİNE DONANIMI VE TEKNOLOJİK GELİŞMELERİ YAKINDAN TAKİP ETMESİ. BU NOKTADA SEKTÖRÜN EN BÜYÜK TEDARİKÇİLERİNDEN TETAŞ MAKİNE’NİN GELEN MÜDÜRÜ SEZGİN BİNGÖL İLE NAKIŞ SEKTÖRÜ İLE TEKSTİL VE HAZIR GIYIMIN GENELİNDE EN YENİ TEKNOLOJİK KAVRAMLARI KONUŞTUK. SÖYLEŞİDE TÜRK NAKIŞ SEKTÖRÜNÜN BAŞARISINA DİKKAT ÇEKEN BİNGÖL, “DÜNYADA NAKIŞI GIYSİLERE EN İYİ İŞLEYEN TÜRKİYE” DİYE VURGULADI.

**T**ETAŞ ve çalışma alanları hakkında okurlarımıza bilgi verebilir misiniz?

TETAŞ, 1982’de konfeksiyon, dikimhane olarak işe başlayan, daha sonra buna kesimhane, modelhane de ekleyerek, ardından buna bağlı son teknolojileri Türkiye’ye getirip, tanıtan, satış ve pazarlamasını yapan, servisini veren bir firmadır. Zaman içerisinde yuvarlak ve düz örgü, triko, nakış ve bunlara bağlı teknolojileri geliştirmiştir. Son 4-5 yıl içerisinde dünyadaki tekstil alıcılarının ve Türkiye’nin iç piyasasının gerektirdiği, ihtiyaç duyduğu teknolojiler doğrultusunda bazı yeniliklere de girdik. Dijital baskı ve buna bağlı uygulamalar, özel tasarım sistemleri TETAŞ’ın ana çizgisini oluşturuyor.

TETAŞ ne yapar dendiğinde; dünyanın her yerinde son teknolojileri bulur, getirir, Ar-Ge’sini yapar, daha sonra bunun satış-pazarlama eğitimlerini ve servislerini verir. Dikimhane, modelhane, kesimhane, tasarım sistemleri, triko ve buna bağlı tüm yeni anlayışlar, nakış ve buna bağlı uygulamalar, dijital baskı, yuvarlak örgü bizim en iyi olduğumuz alanlar. Bünyemizde Ar-Ge yapacak ve servis verebilecek mühendis ve teknisyenlerimiz var.

**“Dünya 2010’dan itibaren tekrar markanın, kalitenin çok önemli olduğu bir trende büründü”**

Son beş yıldır dünyada değişen bir trend var. 2010 yılına kadar bizim tekstil yatırımcılarını da endişede bırakan şu idi: Çok adetli, volümlü, ucuz mallar. Çin’in işin



Sezgin Bingöl  
TETAŞ İç ve Dış Tic. A.Ş.  
Genel Müdürü

içinde olması ile birlikte bununla nasıl başedileceği kaygısı vardı. Bu artık 2010 itibarı ile son bulmuş bir yaklaşımdır. Bunu tekstil dışında da gördük. Dünya 2010’dan itibaren tekrar markanın, kalitenin çok önemli olduğu bir trende büründü. Bu şu demektir; az adetler, çok değişen trendler. Bu “Fast Fashion” olarak adlandırılıyor. Bunu dünyada alt yapısı ile tekstil ve hazır giyim geneli için konuştuğumuzda karşılayabilen tek ülke Türkiye’dir. İtalya zamanında bunu yapmış ama İtalya artık kendi kavramlarına geri döndü. Yeniden üst segmentte mal üretmeye yöneldi. Bizim son beş yıldır yapmaya çalıştığımız konu bu.

Türkiye’de ürünü hazırlayıp hızlı işleme var ama bundan da önemlisi tasarım ve hızlı numune bulunması ve hazırlanması

konusudur. Bunu yapan firmaların olması şart. Baktığımızda Türkiye’de tekstilin her alanına ciddi yatırımlar yapılmış durumda. Bu yatırımlarla birlikte Türkiye’yi diğer ülkelerden özellikle de Uzakdoğu’dan ayıran en önemli konu; çok tecrübeli finishing uygulamalarının varlığı. Bunu da tasarımla birleştirdiği zaman iyi sonuç kaçınılmaz oluyor.

**“En iyi tasarımı en hızlı ve en kaliteli şekilde sunmak önemli”**

Diğer bir trend de şu; her şeyi moda ve alıcılar belirliyor ama tüm dünyada fabrikalarda kompaktlaşmaya gidilmekte. Firmalar rekabet için maliyetleri düşürme yolları arıyorlar, buna çalışıyorlar. En iyi tasarımı en hızlı ve en kaliteli şekilde sunmak önemli. Son iki yıldır tasarım ve kompakt ürünler ta-

sarlamaya başladık. Bu işin bir ayağı. İkinci ayağı da bütün dünyanın şu anda temel sorununu alternatif malzemeler. Yani dünyada pamuk, yün azalıyor. Bu nedenle dünya akıllı tekstillere, alternatif malzemeler yöneliyor. Biz de bunun için piyasanın ihtiyaçları doğrultusunda pozisyon almaya çalışıyoruz.

### **“Akıllı kavramları nakışa, trikoya, yuvarlak örgü gibi alanlara taşıyoruz”**

Artık yazın terletmeyen, kışın ağır olmandan sıcak tutan, antibakteriyel, yeni doğan bebeğe bile giydirilebilen dijital baskılı, boyalı giysiler, sertifikaları alınmış boyalar, iplikler, malzemeler ile ilgili çalışmalar var. Akıllı kavramları nakışa, trikoya, yuvarlak örgü gibi alanlara taşımaya başladık. Bunları Almanya, İtalya, Japonya ile 5-7 Ekim tarihleri arasında TETAŞ İstanbul Hadımköy binasında düzenleyeceğimiz “Private Show” adlı fuarımızda da sergileyeceğiz, tanıtacağız. Daha çok Japonya bizim tedarikçimiz ve ortak yürüttüğümüz projelerimiz var.

### **Konfeksiyoda işçilik hatalarını engelleyecek proje**

Konfeksiyon atölyelerini kompaktlaştırma çabalarımız var. Dikiş atölyelerinde en büyük sorun eğitilmiş insan bulmak. İşçinin işin başına oturduğunda hata yapmasına engel olacak “frame” ler ile dikiş yaptırmak. Bunu Doğu ve Güneydoğu Anadolu’ya kurmaya çalışıyoruz. Hatta Ekim ayındaki fuarın başlığı da bu. Yani programlı, çerçevesi çizilmiş işleri yaptırmak. Yakayı, kolu, cebi istenildiği şekilde taktırıyorsunuz.

### **“ABD’de ilk robot konfeksiyon atölyesi kuruldu”**

**Tekstil ve hazır giyim makinelerinde gelişmeler nereye gidiyor?**

Tüm firmalarda daha az yorulmanın yolu arıyor, kompaktlaşmaya gidiliyor. Bu yapay zeka, endüstri 4.0 geliyor. Amerika’da ilk robot konfeksiyon atölyesi kuruldu. Ekim ayındaki fuarımızda Tajima’nın dünyada bir ilk olarak sunduğu otomatik ayarlı iplik tansiyon sistemini göstereceğiz.

### **“Türkiye değişime hazır olmalı”**

Özetlersem; son iki yıldır biz katma değerli mal, fabrikaların kompaktlaşması, fast fashion (hızlı moda) takibi ve numune

yapma, renk ve malzeme takipleri, anti alerjik ürünler, alternatif malzemeler gibi alanlarda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Firmalar şimdilerde inovasyonlarını hep katma değerli mal yapma, kişiye özel giyim, markalaşma, internet tabanlı satış gibi alanlarda yoğunlaştırmaya başladı. Bunun sonucunda makineler de değişime uğruyor tabi. Türkiye buna hazır olmalı. Fabrikalara; özellikle az tecrübeli elemanları varsa kolay kullanımlı konfeksiyon makineleri, bugün hayal bile edilemeyen çok kafalı nakış makinelelerinde iplik ayarlarını otomatik yapan makineler, sıfır bükümlü ipliği, özel malzeme, elyaf çalışan nakış makineleri, trikoda vücudunuza göre üç boyutlu model yapabilen makineler sunuyoruz.

### **“Üretimin safhaları arasında iletişimin çok iyi olması gerek”**

**Tekstil ve hazır giyimin artıları yanında siz sektörün makine tedarikçisi olarak neleri eksik görüyorsunuz?**

Türkiye’de markalaşmanın artması gerekiyor. Dünyanın değişik ülkelerine mağazaları olanlar var ama bizim hala bir Zara’mız, MaxMara’mız yok. Türkiye bir tekstil ülkesi. Belli markaların çıkması gerek. Markalaşma ise web tabanlı teknolojileri kullanarak, kişiye özel uygulamalar ile olacak. Fabrikalarda da yatırımcıların ve çalışanların kompaktlaşmaya ve daha iyi koşullarda çalışmaya ihtiyaçları var. Üretimin safhalarının arasında iletişimin çok iyi olması gerek. Bu nedenle üretim zinciri için yazılım da satıyoruz.

İkinci bir nokta olarak, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün kısa zamanda pozisyon alabileceğine inanmıyorum. Bütün mal alıcılar, hacimli mal yapanlar fiyatın peşindeler. Hızlı değişen trendlerde Türkiye’nin henüz hazır olmadığını görüyoruz. Türkiye Avrupa’ya mal yapan bir fabrika gibi. Coğrafi konumundan dolayı da bu böyle.

### **Nakış sektörümüz ne durumda?**

Bu alanda Türkiye’de çok iyi yatırım var. Nakışta yatırım yapılan makineler çok fazla dışarıya çıkmadı. Son 3-4 yıldır nakışçı teknoloji değişimine de girdi ve her yeniliğe açıklar. Dünyada nakış giysilere en iyi işleyen ülke Türkiye’dir. Bu net. İtalya’da bunun Ar-Ge’sin yapıyorlar ama onlarda volüm



yok. Ayrıca piyasa ihtiyaçlara çok hızlı bir şekilde cevap veriyor.

### **“Nakışta üreticiler fiyatla birbirini vuruyor”**

**Nakış sanayicilerimize bir öneride bulunsanız ne derdiniz?**

Diğerlerinde de var ama nakışçılarda üreticiler fiyatla birbirini vuruyor. Olayı fasoncu zihniyetten alıp, kaliteli, gerçekten tasarıma dayalı, alternatif malzemeye ile üretime doğru götürmeleri gerek. Ancak bu sayede ayakta kalınabilir. Ucuz ürünlerin ülkesi biz değiliz. Bunlar Bangladeş, Vietnam gibi yerler. Öncelikli konu markalaşma olmalı.

### **“2017, modaya bağlı olarak nakışın baskın olduğu bir yıl oldu”**

**Nakışta trendler hakkında bilgi verirsiniz?**

2017’den bahsetmek gerekirse; özellikle nakış ve dikişin modaya ve isteğe bağlı olarak piyasada baskın olduğu görülüyor. Çok renkli, pullu nakışlar, sıfır bükümlü ipliklerle yapılan yumuşak nakışlar hakimdi. Nakışta son dönemde dünyanın her yerinde vitrinlerde bir artış söz konusu. 2016 sonlarından itibaren böyle oldu. Nakış konusunda alternatif malzemelerin revaçta olduğunu görüyorum. Özellikle cam boncuklarla yapılan uygulamalar, bir kaç malzemenin birlikte kullanıldığı tasarımlar söz konusu. Temel, konvansiyonel yöntemler her zaman kalıcı ama bizdeki son trend, kanaviçe dediğimiz soft yöntemler. Malzemenin ve makinelerdeki otomasyonun öne çıkmaya başladığı bir dönem. Tabi burada her zaman belirleyici şey moda ve talepler oluyor. Ben 2018’in ortalarına, hatta sonlarına kadar nakış trendinin süreceğini düşünüyorum.



Ahmet Kemal Ataol  
Barudan Türkiye  
Genel Müdürü

## BARUDAN MAKİNA GENEL MÜDÜRÜ AHMET KEMAL ATAOL: “Nakış sektörü hakettiği değeri göremiyor”

NAKIŞ SEKTÖRÜNÜN EN BÜYÜK MAKİNE TEDARİKÇİLERİNDEN BİRİ JAPON MARKASI BARUDAN. FİRMANIN 2012 YILINDAN BU YANA TEMSİLCİLİĞİNİ YAPAN AHMET KEMAL ATAOL KENDİSİYLE YAPTIĞIMIZ SÖYLEŞİDE TÜRK NAKIŞ SEKTÖRÜNÜN YAPISINI ORTAYA KOYARAK REHBER NİTELİĞİNDE ÖNEMLİ DEĞERLENDİRMELER YAPTI.

### **B**arudan olarak Türkiye’deki pazar payınız nedir?

1995 yılında Türkiye’de 30 tane Barudan marka nakış makinesi varken, bugün bu rakam 3 bine yaklaştı. Önemli bir diğer nokta da markaların faaliyette bulunduğu dönemde biz pazara girdik, müşterinin teveccühü ve satış sonrası servisimiz ile bugünkü konuma geldik. Japonlar’ın çok iyi partner olması ve sattıkları ürüne sonuna kadar sahip çıkmasının da bu başarıda etkisi büyük. En yüksek üretim kapasitesine sahip olduğumuzu için ürünlerimiz de doğal olarak en yüksek fiyata satılıyor. İkinci el değerleri çok yüksek. Yaklaşık 20 sene gibi uzun süre çalışan, performanslı makinelerimiz var. Bu ürünlerden endüstriyel ve ticari anlamda fayda sağlanabiliyor. Tekstil ve hazır giyimin geneline baktığınızda bu kadar ömürle çalışana makine sayısı çok azdır.

### **“Türkiye’de 24-28 kafalı nakış makinelerine doğru gidişat var”**

Sektörün en önemli makine tedarikçilerinden biri olarak Türk nakış sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türk nakış sektörünü incelemek için dünyaya da bakmak gerekiyor. Bizden batıya Amerika’ya gittikçe tercih edilen makineler ve kullanım şekilleri değişiyor. Örneğin ABD’de promosyon amaçlı, son kullanıcıya özel, tek kafalı, 4 ya da 6 kafalı bitmiş ürüne nakış yapan makineler rağbet görüyor. Her ay ABD’de 100’ün üzerinde tek kafa ürün satılıyor. Bunların bir kısmı amatör, bir kısmı yarı profesyonel bir kısmı da profesyonel kullanıma hitap ediyor. Avrupa’ya geldiğinizde ise 4, 6, 8 ve yer yer 15 kafalar görüyoruz. Biraz Türkiye’ye, biraz ABD’ye benzer bir yapı söz konusu. Promosyon ve reklam, biraz da düşük adetli imalata çalışırlar. Türkiye’de ise gidişat 15–20 ve hatta önümüzdeki dönemde göreceğimiz 24-28 kafalı makinelere doğru. Bitmiş ürüne nakış yapma alışkanlığı yok denecek kadar az. Yarı mamüllere nakış yapıp, bitirildikten sonra ihracat ya da iç piyasaya sunum yapılıyor. Bunun nedeni Türkiye’nin hazır giyimde üretici bir ülke olması. Dünyanın doğusuna gittikçe kafa sayısı daha da artıyor. Uzakdoğu’da bugün 20 kafadan aşağı makine bulamazsınız. Pakistan ya da Hindistan’da yerel giysi yapan firmalar 28 kafalı,

geniş ve derin kasnaklı makineleri kullanıyor. Ama Japonya’da 12 kafalı, kafa aralığı çok dar, örneğin çorap üzeri nakış yapan makineler tercih ediliyor.

### **“Nakış, çalışmanın karşılığını fazlasıyla veren bir meslek”**

Nakış sektörü sürekli devinim gösteriyor. Yeni oyuncular geliyor, eski oyuncuların kendini yenileyemeyenler ve tatmin olmayanlar çekiliyor. Daha hırslı, yeniliğe açık yatırımcılar kısa sürede yol alıyor. Nakış sektörü parayla yapılabilecek, sermaye işi değil. Cebinizde büyük sermayeniz var ve bu işi yaparsanız başarı şansınız çok düşük. Ama paranız olmasa da “Sağlam bir ekibimiz var, ailece, gece gündüz çalışacağız” diyorsanız bu iş sizi 5 senede hayalinin ötesine taşıyor. Çalışmanın karşılığını fazlasıyla veren bir meslek. Tekstil, hazır giyimin geneline bakarsak da hakettiği değeri göremeyen bir sektör. Bugün, “İhracatçıyız, bu işin organizasyonu yapıyoruz” diyen firmaların yatırım miktarına baktığınızda nakışın yanında çok küçük rakamlar olduğunu görürsünüz. Dışarıda kestirip, ütü paket yapmak, koliyi satmak başarıdır ve asıl katma

değer buradadır ama diğer tarafta 1-2 milyon Euro yatırmış, sabah akşam sana hizmet veren bir nakışçı var. Türk tekstil sektörünün tedarikçileri öldürmeden yürümelerini öğrenmesi gerekiyor.

### **“Avrupalı satacağı malı direkt dükkana ulaştırmak ve sık sık da model değiştirmek istiyor”**

Hazır giyimde Avrupa'nın tercih ettiği, kısa dönem moda anlayışına ayak uydurabilecek, 25 ile 45 gün arasında malı son tüketiciye ulaştırabilecek kabiliyete sahibiz. Uzakdoğu'nun uğraşmak istemeyeceği, uğraşırsa da bizden pahalıya yapacağı, 3-5 binlik ama 20 varyant işleri gayet iyi kotarabiliyoruz. Diğer bir artımız ise Türklerle e-mail üzerinden yazışmalarda yapılan işlerde hata oranı çok düşük. Bu yüzden Avrupa, Çin'in 4 Dolar'a yapacağı malı bizden 5,5 Euro'ya almayı kabul ediyor. Rafına hemen sokuyor. Avrupalı havada dolaşan ya da stokta bekleyen büyük mal miktarını istemiyor. Çünkü o da bir para demek. “Satacağım malı dükkana ulaştırıyım, sık sık da model değiştireyim” diye düşünüyor. Bugün bilinen markalara baktığımızda 15 günde bir mağazanın yenilendiğini görüyoruz. Bunun yüzde 75'i de yeni mal getirmekten geçiyor. Ama her ikisini de götürüp büyük montanlı işler de yakalamak lazım. Türkiye'de çok ciddi adetlere imza atabilen, Zara'nın, Mango'nun peşinde koştuğu imalatçılarımız da var, butik üreten firmalar da var. Bu anlamda çok güzel gidiyor.

### **“Teşvikli bölgeler değerlendirilmeli. Türkiye'nin en pahalı ilinde, katma değeri düşük işler yaparak ayakta kalamayabiliriz”**

Önemli bir yapısal sorunu çözmemiz gerekiyor. Kişi başı GSYİH'nın bin Dolar olduğu dönemde biz tekstil sektörüne ülke girdik. Tekstil, çok sayıda istihdamı, çok kısa sürede oluşturabilme yeteğine sahip. 200 tane konfeksiyon makinesi ile 400 kişiyi, 10 tane nakış makinesi ile 60 kişiyi çalıştırabilirsiniz. Hızlı yapılan ve hızlı geri dönüşü alınan yatırımlar. Bugün karar verdiğinizde makine tedarikçileri olarak size iki ayda tam teşekküllü bir yer kurabiliyoruz. Ama bunu işsizliğin yoğun olduğu yerlerde, düşük ücretlerle yaptığınızda avantaj elde ediyorsunuz. Artık İstanbul'da bu işi yapıp,

yapmayacağımızı düşünmemiz gerekiyor. Türkiye'nin en pahalı ilinde, katma değeri düşük işler yaparak ayakta kalamayabiliriz. İstanbul'dan en azından imalat bacağından kopmamız gerekecek. Bu anlamda Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da verilen yatırım teşviklerinin değerlendirilmesi gerekiyor. Ancak bu teşviklerin verilisinde hata olduğunu düşünüyorum. Moda ve Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) gibi sektörel çatı örgütleri bu süreçte daha belirleyici rol almalı. Bir de bir işi saçarak yardımcı olma imkanı yok. Konsantre olmanız gerek. Örneğin “Dokuma sektörüne uygun görülen alan şurası” denmeli. Çünkü bunu yapmazsanız bu-

**“KOMBİNE VE BİRDEN ÇOK İŞLEVİ OLAN NAKİŞ YANINDA LASE, SÜZENE YAPABİLEN, BONCUK GİBİ İŞLEME İŞLERİ DE KATABİLEN, NAKİŞLA LAZERİ BİRLEŞTİRİP FARKLI ÜRÜNLER ELDE EDEBİLEN KOMBİNASYONLARA GİTMEMİZ GEREKİYOR. BU, AYNI SÜRE İÇİNDE DAHA FAZLA KATMA DEĞER ELDE ETMEMİZİ SAĞLAYACAK”**

nunla birlikte hareket etmesi gereken yan kolları tek noktada toplayamazsınız. Güneydoğu'ya nakış makinesi götürdüğümde ip-likçim, makinecim, telacım benimle gelmiyorsa, malı ve diğer malzemeleri İstanbul'dan taşıyıp orada üretim yapmaya çalışıyorsam aldığım avantajların yüzde 70'ini yollarda heba ediyorum demektir. Teşvik planlamasının çok daha akılcı ve noktasal yapılması lazım. Örneğin “Şanlıurfa, Adıyaman, Diyarbakır üçgenine şu sektörler, başka bir yere falan sektörler” diye tanımlamalar yapılmalı, tedarikçileri ile gidilmeli, meslek okullarının açılması gerekli. Nerede, nasıl bir potansiyel olduğunun, hangi iş dallarında kullanılabileceğinin tespit edilmesi gerekiyor. Herkese bir görev düşüyor. Burada bize düşen kısmı, en iyi, en doğru makineyi, olabilecek en iyi fiyatlara sunmak, satılan ürünlerimizi de ömrünün sonuna kadar ilk günkü gibi çalıştırılmasını sağlamak.

Bizim açımızdan bakarsak da bir müşteri Ordusu'ya, bir diğeri Van'a, öteki Giresun'a gitmiş. Ben hepsinde faaliyet gösteremem.

Hepimizin aynı noktaya konsantre olması lazım ki, ben de ona göre organize olayım. Orada bulunmanın bir maliyeti var, o maliyeti taşıyacak bir pazar lazım. Potansiyel alanları önce tarif, sonra tasnif ve ardından takip edersek bu iş olacak.

### **“10 - 20 personelli organizatör şirketler büyük şehirlerde yaşayabilecek”**

Türkiye artık tekstilde fiyatta rekabetçi bir konumda değil. Ar-Ge, mevcut yatırımlar, birikmiş sermaye ve nitelikli işgücü anlamında çok iyi bir noktadayız. Şimdi bunları bir yere taşımak zamanı. Çünkü bir süre sonra İstanbul'da bu işi yürütemeyeceğiz. İngiliz ve Alman firmaları gibi malı dışarıda organize edip bitmiş şekilde buradan yurt dışına ihraç edilebilir. 10 - 20 personelli organizatör şirketler büyük şehirlerde yaşayabilecek.

### **“Nakışta ürün çeşitliliğine yönelmek, katma değerli mallar yapmak gerekiyor”**

**Nakış makineleri ihtiyaçlar doğrultusunda önümüzdeki dönemde ne yönde gelişecek?**

Maliyetleri artmasından dolayı aynı süre içinde, aynı işgücüyle daha fazla mal elde etmemiz gerekiyor. 90'lı yıllarda 8 - 10 kafa makine, 2000'li yıllarda 15 kafalı makineler yaygınken önümüzdeki dönemde 20, 24, 28 kafalı makinelere doğru bir gidiş olacak. İkinci olarak aynı potansiyel ve personel sayısı ile daha fazla gelir elde edebilmenin diğer bir yolu da ürün çeşitliliğine yönelmek ve katma değerli mallar yapmak. Bu sefer de kombine ve birden çok işlevi olan nakış yanında lase, süzene yapabilen, boncuk gibi işleme işleri de katabilen, nakışla lazeri birleştirip farklı ürünler elde edebilen kombinasyonlara gitmemiz gerekiyor. Bu da aynı süre içinde daha fazla katma değer elde etmemizi sağlayacak.

2000 ile 2017 yılları arasındaki istikrar dönemi herkese birçok şey kazandırdı. 2000 ile kıyaslırsak Türkiye ticaret hacmini üç katına çıkardı. Hepimizin şikayet ettiği araç sayısı bile bu büyümenin bir göstergesi. Kişi başı milli gelirimiz de 11 bin Dolar civarında. 2 bin Dolar'lık milli gelirle tekstil yapmak çok kolay ancak 11 bin Dolar'la düşünmek gerekiyor.



Kerem İlhanlı  
Umut Lazer ve Makine  
Yönetim Kurulu Başkanı

## UMUT LAZER & MAKİNE YÖN. KRL. BŞK. KEREM İLHANLI: “Bilinçsizce alınan ve satış sonrası desteği olmayan makinelere nakışçıya çok zarar verdi”

**YUEMEI, NAKIŞ MAKİNELERİ ALANINDA SEKTÖRÜN YENİ VE HIZLA YÜKSELEN MARKALARINDAN BİRİ. YUEMEI’NİN TÜRKİYE TEMSİLCİSİ UMUT LAZER VE MAKİNE YÖNETİM KURULU BAŞKANI KEREM İLHANLI BİR DÖNEM BİLİNÇSİZCE İTHAL EDİLEN, SATILDIKTAN SONRA ARKASINDA DURULMAYAN MAKİNELERİN NAKIŞÇIYA ÇOK ZARAR VERDİĞİNİ BELİRTİYOR.**

**Y**uemei, nakış makineleri alanında sektörün yeni ve hızla yükselen oyuncularından biri.

Firmanın Türkiye distribütörü Umut Lazer ve Makine’nin Yönetim Kurulu Başkanı Kerem İlhanlı, 1995 yılında Diyarbakır Silvan’dan İstanbul’a gelerek mega şehirde çalışmaya başlar. 2000 yılında bir makine firmasında önce teknisyen ardından pazarlamacı olan Kerem İlhanlı, piyasadaki teknik servis ve yedek parça açısından boşluk olduğunu fark ederek 2011 yılında ayrılıp kendi firmasını kurar. Dilerseniz bundan sonrasını Kerem İlhanlı’nın kendi ağzından dinleyelim.

### Sektöre nasıl girdiniz?

Teknisyen kökenli olduğum için yıllar içinde bilinçsizce ithal edilen, satıldıktan sonra arkasında durulmayan makinelerin nakışçıya verdiği zararı çok iyi biliyordum. Bu açıyı görerek babam ve kardeşlerim aile meclisi olarak oturduk ve o dönem ithal edilen ne kadar Çin malı makine varsa onlara hizmet vermeye başladık. Çin’e gidip parça temin ettik, araç aldık. Ardından ikinci el makine alıp, satmaya da başladık. Satış sonrası hizmet verip, sahip çıktığımız için bu makineler değerlendirilmeye başladı.

Bir müddet sonra Umut Lazer Makineleri’ni ithal ettik. İlk başta sadece beş tane lazer makine getirdik ve ücretsiz olarak güvendiğimiz firmalara vererek onların referanslarını kazandık. Her verdiğimiz makine, kalitesiyle kendi reklamını yapmış oldu. Yıllar içinde gerek teknisyen olarak, gerekse pazarlama açısından kazandığımız birikimi nakış sektörüne aktarmaya karar verdik. “Öyle bir makine getirelim ki, hem sektörümüz, hem ülkemiz kazansın, milli servetimiz heba olmasın” diye düşündük. Nitekim lazer makinemiz en az 10 yıl gidiyordu.

### Nakış makinesi ithalatına nasıl başladınız?

O dönem pazarda hatırı sayılır bir payı olan Kore malı bir markanın Türkiye’de bittigini ve bu pazarda oluşan boşluğu gördük. Önce Kore ardından Çin’e giderek araştırmalar yaptık. Son olarak Yuemei fabrikasını ziyaret ettik ve Çin pazarında kalitesiyle, sattığı malın arkasında durmasıyla en büyük firma olduğunu tespit ettik. Teknisyen kökenli olduğumuzdan dolayı orada 25 gün kalarak şasesi, mekaniği her şeyini içinden ipliğine inceledik. “Öyle bir makine getireceğiz ki, Türkiye pazarında ilk üç marka ara-

sında olacağız” dedik. Tasarlarken de nakışçıyı düşündük. “18 mi, yoksa 22 kafa mı yapsak?” diye kararlaştırırken çalışanı fazla yormaması açısından 18 kafayı tercih ettik.

Satış sonrası ve teknik destek noktasında oldukça hassas davranıyoruz. En az iki yıl olmak üzere, daha da uzatılan garanti desteğimiz var. Makinemizin arkasındayız. Yuemei bu nedenle çok kısa sürede tutuldu. Ayrıca nakışçıyı da yaptığımız işte verdiğimiz hizmette gözetiyoruz. Girdi kalemleri sürekli artıyor ve fiyatla rekabet ettikleri için yaptıkları işin karşılığını alamıyorlar. İleriye dönük hedefim kendi ülkemizde bu makineleri üretmek. Devletimizden de bu yönde teşvik bekliyoruz.

### Nakış sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

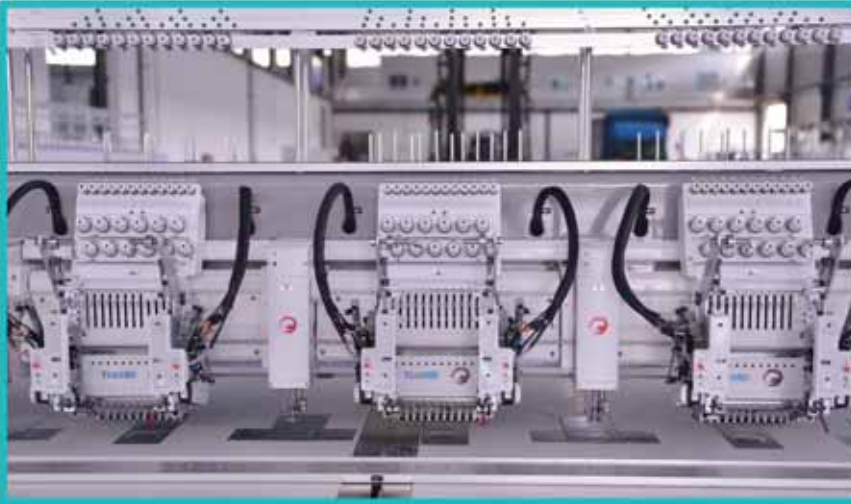
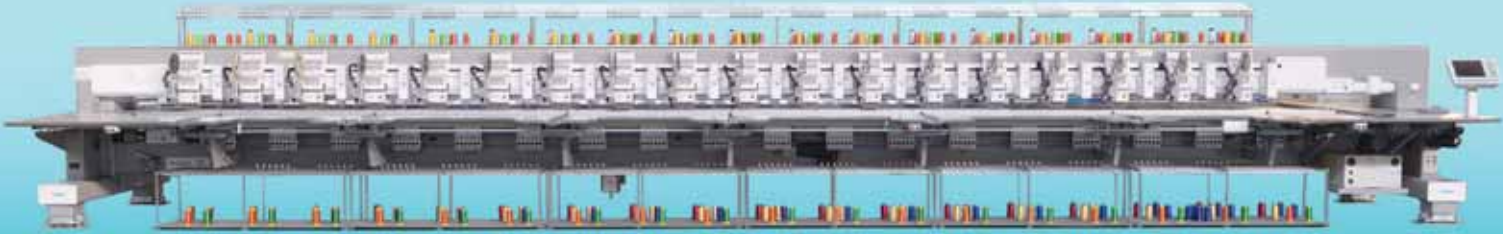
Şu anda tekstil ve ona bağlı olarak nakış sektörü canlı bir dönem geçiriyor. Bu hareketliliğin 2018 sonuna kadar devam etmesini bekliyoruz. Modayı, sanayiye üretkenler belirliyor. Beş yıl nakış, beş yıl boncuk, beş yıl baskıdır. Bizim de en çok istediğimiz yeni nesilleri bilim, teknoloji konusunda eğiterek sanayiye geliştirmek ve bu makineleri üretmek.



**UMUT LAZER & MAKİNE**

**YU2MEI**

## ***Nakış Teknolojisinde Yenilik Bizden Sorulur***



Çobançeşme Mah. Mithatpaşa Cad. Canım Sk. No: 42 Kat:3 Y. Bosna - Bahçelievler / İST/ Türkiye

**Ofis Tel** : (0212) 653 28 16

**Ofis Gsm** : (0533) 170 64 95

**Pazarlama** : (0532) 692 13 03

**Teknik Servis** : (0532) 477 79 93 - (0533) 170 64 93

**E-mail**: umut\_lazer@hotmail.com

EFOR TEKSTİL GENEL MÜDÜRÜ HALİL KALKAN:

# “Tekstil ve hazır giyim yaşamalı ki nakış sektörü de yaşasın”

İPLİK, TELA, HAMMADDE VE YAN SANAYİ ÜRÜNLERİ İLE EFOR TEKSTİL NAKIŞ SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ TEDARİKÇİLERİNDEN BİRİ. GENEL MÜDÜR HALİL KALKAN, ÜLKEMİZDE TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNÜN ÖNEMLİ İSTİHDAM SAĞLADIĞINA DİKKAT ÇEKEREK DESTEKLENMESİNİN ÇOK ÖNEMLİ OLDUĞUNU BELİRTİYOR. KALKAN, NAKIŞ SEKTÖRÜNÜN TEKSTİLLE PARALEL OLDUĞUNU VURGULAYARAK, “TEKSTİL VE HAZIR GIYIM YAŞAMALI KI NAKIŞ SEKTÖRÜ DE YAŞASIN” DİYOR.

**N**akış sektörünün en büyük hammadde ve sarf malzemeleri tedarikçilerinden biri Efor Tekstil. Bu nedenle Nakış Özel Sayısında Efor’dan bahsetmek büyük bir eksiklik olurdu. 1990’lı yıllarda kurulan firmanın birinci işi sektöre iplik, tela, hammadde ve yan sanayi ürünleri tedarik etmek. 2000’li yıllarda Silivri’de bir fabrika da kuran Efor Tekstil, şimdilerde suda eriyen tela, naylon filmler,

nakış pulları gibi tekstilden, nakışa ve broderiye yönelik birçok alanda imalat gerçekleştiriyor. Aynı zamanda Vanlı olan firmanın Genel Müdürü Halil Kalkan ile Federasyon olarak düzenlediğimiz Van Tekstil-Hazır Giyimde Yatırım Fırsatları ve Tanıtım Günleri öncesi hem nakış sektörünü hem de Van özelinde Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da verilen yatırım teşvikleri ve bölgenin kalkınması konusunu da ele aldık. Yaklaşık

27 yıldır nakış sektörüne hizmet veren Halil Kalkan, sektörün hem içinde hem de dışında biri olarak dikkat çekici tespitlerde bulundu.

## “Tekstilin sorunları Türkiye’nin sorunları ile paralel”

**Tekstil sektörün sizce sorunları nedir?**

Sektörün sorunları Türkiye’nini sorunları ile paraleldir. Örneğin bazı yerlerde güvenlik konusu önemli ve yatırım yapmak isteyenler için bu önemli duruyor. İstanbul’da yatırım yapacaklar için ise başta maliyetlerin yükü büyük bir sorun olarak görünüyor. Aşılması gereken şartlar çok zor. Bir yandan devletin getirdiği vergiler ve standartlar var. Onlarla uğraşmak zorundasınız. Çevre, elektrik ve iş güvenliği danışmanları kullanmak zorundasınız. Öte yandan trafik, yer sorunu gibi konuların hepsi maliyeti artırıyor.

Türkiye’nin doğusunda işçilik maliyetleri daha az. İşçiliğin ucuz olduğu bu bölgelerimize demiryolu yatırımları yapılırsa, nakliye gibi maliyeti artıran sorun çözülebilir. Bu nedenle Doğu ve Güneydoğu

Anadolu için demiryolunun olması kesinlikle şarttır.

## Türk nakış sektörünü nasıl görüyorsunuz?

Nakış sektörü tekstille paralel çalışmakla birlikte daha hassas ve emek yoğun bir alan. Günümüzde daha ciddi olarak endüstriyel makinelerle nakış yapılıyor. Çok kafalı makinelerle, bilgisayarlarla ince ince yapılan ayrıntılı bir iş. Siz bir resim yapıp koysanız makineye, resmin aynısı iplik ile dokunabiliyor. Nakış sektörünün devamlılığı, kalıcı olması için ülkemizde tekstilin desteklenmesi gerekir. Sonuçta tekstil ana, nakış yan sektördür. Tekstil ve hazır giyim sektörü yaşamalı ki nakış da yaşasın. Dolayısı ile burada karşımıza tekstilcinin, imalatçının, üreticinin sorunları çıkıyor. Onların sorunu olduğu zaman bu nakış sektörüne de yansır. Sorununun çözümü, nakışın da sorununun çözümü demektir.

## “Nakış, ürünün değerini artırıp, katma değer sağlıyor”

Öncelikle imalatçının iş yapabilir pozisyonda olması gerekir. Tekstil ve hazır giyim ciddi anlamda istihdam sağlayan,



Halil Kalkan  
Efor Tekstil Genel Müdürü

ülke ekonomisine katkı sağla-  
yan bir sektör. Koşullarının iyi-  
leştirilmesi bu anlamda  
elzemdir. O nedenle nakış tek  
başına bir şey ifade etmiyor.  
Ama nakış, ürünün değerini ar-  
tırma ve katma değer sağlama  
noktasında büyük önem taşı-  
yor.

### **"Tekstilde çoğu firma kendi güçleri ile ayakta kalmaya çalışıyor"**

Tekstilcinin üzerindeki yük  
ağır. Bu kadar istihdam sağla-  
yan bir sektörün devlet tarafın-  
dan ciddi olarak desteklenmesi  
gerekıyor. Fabrikamızı kurarken  
belediyeye gittiğimizde sadece  
ruhsat almak için bile 500 bin TL  
para istenmişti. Diğer uygula-  
malara da baktığımızda tekstil-  
cinin diğer sektörlerden daha  
az korunduğu görülüyor. Arada  
istisnalar olsa da bu sektörde  
çoğu firma kendi güçleri ile  
ayakta kalmaya çalışıyor. Ko-  
nuya şu açıdan bakılmalı; yerli  
sanayiye korumak sadece itha-  
lata getirilen vergilerle olmaz,  
ilave teşvikler de gerek. Kori-  
maya almak için destek gerekir

ki, rekabet edebilsin. Bu yıllar  
önce otomotiv sektöründe de-  
nendi ve başarılı oldu. Otomo-  
tive destek sanayiye geliştirdi.  
Tekstil sektörü zaten rekabetçi  
bir sektördür, dünyada kabul  
görmüştür. Buna destek olmak  
gerek. Örnek verecek olursak  
Kars'ta tekstil değil, hayvancılık  
desteklenmeli ve başta da söy-  
lediğim gibi raylı sistem oluştu-  
rulmalı. Diğer türlü hayvan  
İstanbul'a gelene kadar maliyeti  
artıyor. Aynı şekilde tekstilin  
hakim olduğu yerlerde de bu  
sektör desteklenmeli. Alt yapı  
yatırımları desteklenerek, üre-  
tim, nakliye gibi maliyetler dü-  
şürülmelidir. Ülkemiz bir çok  
büyük yatırıma imza atmıştır.  
Bunu da kolaylıkla başara-  
cına eminim.

### **"Doğu ve Güneydoğu'ya yatırım için güvenlik ve nakliye sorunu çözölmeli"**

Doğu ve Güneydoğu Böl-  
gelerine yatırım konusunda  
tekrar belirtmek isterim ki; gü-  
venlik sorunun ardından ikinci  
konu nakliyedir. Bunun için de

raylı sistemin kurulması gereki-  
yor. Bu sağlandığında ülkemiz  
üç kat hızla ilerleyecektir.

### **"Ülkenin her bölgesine uzman oldukları alanda teşvikler verilmeli"**

Büyük şehirlerde yapılan in-  
şaatlar da sanayici için sorun  
teşkil ediyor. Bu kadar inşaatın  
tümü faaliyete geçip yerleşim  
başladığında, zaten büyük bir  
sorun olan yol ve ulaşım ko-  
nusu daha derinleşerek, ciddi  
bir boyuta ulaşacaktır. Ülkenin  
her bölgesine uzman oldukları  
alanlarda destek verilmeli, ye-  
rinde üretim, yerinde istihdam  
desteklenmelidir. Sanayide ho-  
mojen ve dengeli bir dağılım ol-  
ması sağlanmalıdır. Bu anlamda  
büyük şehirlerin yükünü azalt-  
mak gerekiyor.

### **Tekstilde rekabette Türkiye dünya ölçeğinde sizce nerede?**

Üretimde her zaman yeni  
teknolojiler söz konusu. Yeni  
ürünler kullanılmak üzere eli-  
mizde bulunuyor. Şu anda nakış  
ve brode sektörüne çalışıyoruz.

Isıda ve suda eriyen ürünleri  
üretiyoruz. Teknik tekstilde dün-  
yada büyük yarış var. Türki-  
ye'nin de bu yarışta rekabet  
gücünün yüksek olması çok  
önemli. Çünkü gelecek teknik  
tektillerde. Sanayicilerin sorun-  
ları çözüldüğünde dünya ile re-  
kabette daha iyi olacağımız bir  
gerçek. Sektörümüzde üretim  
anlamında şu anda geçmişe  
oranla daha iyi şeyler yapılıyor.  
Asla "Çaput" olarak değerlendir-  
rip, hafife alınmaması gerekiyor.  
Bugün uyduların, uçakların bile  
üretiminde teknik tekstil kulla-  
nıldığı unutulmamalı.

**Teknik tekstilde  
dünyada büyük  
yarış var. Türki-  
ye'nin de bu ya-  
rışta rekabet  
gücünün yüksek  
olması çok önemli.  
Çünkü gelecek  
teknik tektillerde"**

## **İTHİB'den geleneksel tekstilden teknik tekstile geçişi hızlandıracak önemli adım**

**T**ürkiye ekonomisinin ve ihracatın lokomotif  
sektörlerinin başında gelen Tekstil sekt-  
ründe dönüşümün adımları atılıyor. Dün-  
yanın sanayi 4.0'ı uygulamaya başladığı günümüzde  
tektstil sektöründe geleneksel tekstilden teknik teks-  
tile geçişi hızlandırmak için üniversite sanayi işbirli-  
ğinde önemli bir adım atıldı.

### **İTHİB, Bahçeşehir Üniversitesi ve Aachen Üniversitesi arasında işbirliği**

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB),  
Bahçeşehir Üniversitesi ve Aachen Üniversitesi Tekstil Teknoloji-  
leri Enstitüsünün iştiraki İTA İstanbul işbirliğiyle, tekstil sekt-  
ründe dönüşümün mimarı olacak Ar-Ge Mühendisleri ve Ar-Ge  
yöneticileri yetişecek. Üstelik programa katılan gençler daha



eğitimleri esnasında sektördeki şirketlerde çalışarak iş  
sahibi olacaklar.

Projenin tanıtımı için düzenlenen toplantıda ko-  
nuşan İTHİB Başkanı Sn. İsmail Güllü; Tekstil sektörü-  
nün üretim, ihracat ve istihdam açısından Türkiye  
ekonomisi açısından vazgeçilmez sektörlerinin ba-  
şında geldiğini belirterek, "Ancak artık dünya sanayi

4.0'ı konuşuyor. Bu şartlar altında geleneksel tekstil anlayışıyla  
devam etmek gittikçe zorlaşıyor. Sektörün mutlaka teknik teks-  
tile dönüşümünü gerçekleştirmek zorundayız. Bunun için ge-  
rekli olan adımlardan belki de en önemlisini burada atıyoruz.  
İTHİB, Bahçeşehir Üniversitesi ve Aachen Üniversitesi Tekstil Tek-  
nolojileri Enstitüsünün iştiraki İTA İstanbul ile el ele vererek sek-  
törde dönüşümü sağlayacak nitelikli ve donanımlı Ar-Ge  
Yöneticilerini ve Mühendislerini yetiştireceğiz" dedi.



# Moda dünyasında zarafetin ince dokunuşu

TARİHİN İLK DÖNEMLERİNDEN BAŞLAYARAK GÜNÜMÜZE DEĞİN GEÇEN SÜRE İÇERİSİNDE, ÖZGÜN VE SANATSAL YARATILARIN VARLIĞINDAN SÖZ ETMEK MÜMKÜNDÜR. SANATIN GELİŞİMİNDE ETKİN OLAN İNANÇLAR, YAŞAM KOŞULLARI VE SOSYAL AKTİVİTELER TEKSTİL SANATININ ORTAYA ÇIKMASINDA DA ÖNEMLİ ROL OYNAMIŞTIR. GEÇMİŞİ NEREDEYSE İNSANLIK TARİHİNE KADAR UZANAN TEKSTİL SANATI, ÖNCELİKLE HAYATIN İÇERİSİNDE BARINAN, ESTETİK VE İŞLEVSEL NİTELİK TAŞIYAN GEREKSİNİMLERİN GİDERİLMESİNE OLANAK SAĞLAMAK AMACIYLA İLK YAPILANMALARINI GERÇEKLEŞTİRMİŞTİR.



**Yrd. Doç. Dr. Öznur ENES**  
Dokuz Eylül Üniversitesi  
Güzel Sanatlar Fakültesi  
Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü  
Moda Aksesuar Anasanat Dalı

**T**ekstil teknikleri, yaşama yönelik gereksinimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkarken, tekniğin ve malzemenin birlikteliği tekstil eylemini asıl işlevinin ötesinde belirli anlamlar yüklenen bir sözsüz iletişim dili olarak kullanılmasını sağlamıştır. Örneğin; farklı form ve malzemeye sahip kültüre özgü ürünler, sosyal konumları açığa çıkarıcı nitelikler taşımaktadır. Ayrıca işleme teknikleri içerisinde kullanılan renk ve form yapıları da her kültürün ve coğrafyanın birer sözsüz iletişim aracıdır.

rafyanın birer sözsüz iletişim aracıdır.

Çok eski zamanlarda kuş kemiklerinden ya da tunçtan yapılan iğnelerle hayvan derileri ya da kumaşlar delinir, yine hayvan derisinden kesilmiş ince deri şeritler bu deliklerden geçirilerek dikiş dikilirdi. Dikiş ile elde edilen tekniklerden biri aplikedir. Aplike, tekstil malzemelerinin belli bir zemin üzerine, deseni oluşturacak biçimde üst üste dikilmesi tekniğidir. Patchwork ise, küçük kumaş parçalarının bir

araya getirilerek geometrik olarak dikilmesidir. Uygulamada farklılıklar görülsede, İngiliz ve Amerikan metodu olmak üzere iki farklı biçimde birleştirilmenin gerçekleştirildiği bilinmektedir.

Günümüz teknolojik gelişmelerle yeniden hayat bulan geleneksel tekstil teknikleri kimliksel özelliklerini kaybetmemekle birlikte simgesel rollerini de sürdürmeye devam etmektedir. Bu açıdan ele alındığında dekoratif amaçlı malzemelerin de kullanıldığı görül-

mektedir. Marka – Manogram, beyaz iş, çin iğnesi, gölge işi, danteller, tül işi, applike, basit nakış iğneleri (ajur, golden, kanaviçe), makine nakışları işleme çeşitleri arasında olduğu gibi Türk işi, Hesap işi, Antep işi, Bartın işi (Tel kırma), Maraş işi geleneksel el sanatlarımızdandır. Süsleme elemanları olarak tekstil tasarımında dekoratif amaçlı malzemeler de kullanılmaktadır. Bunlar arasında en çok göze çarpanlar; metal teller, aynalar, deniz kabukları, ziller, çingiraklar, paralar, kemikler, boynuzlar, boncuklar, alaşımli iplikler, rafyalar, vb.

Günümüz modasında karşımıza çıkan bu malzeme ve teknikler süsleme ögesinin ihtişamlı görünümünü bizlere sunmaktadır. İçerisinde süslemeye dair anlatım dili bulunan tekstil teknikleri görselliği zenginleştirmeye yönelik yapılar sergilerken gösteriş ve zarafeti bir arada tutmaktadır. Moda

ve aksesuar tasarımları dışında birçok alanda kullanılan süslemeye dair bu teknikler yüzyıllardır popülaritesini sürdürmüştür; makinalaşma ile bu sanat teknolojik boyutta da kendini göstermiştir.

### El ve endüstriyel sanat olarak işleme

“Endüstriyel kalkınma ve kültürel değişimlere paralel olarak el ve makine yardımıyla icra edilen süsleme sanatı, günümüz teknolojisi ile artık bilgisayarlı makinalarda da yapılmaktadır. Bu nedenle işleme sanatı bir yandan el sanatları içinde yer alırken bir yandan da endüstriyel sanatların içinde bir yer edinmiştir.”<sup>1)</sup>

### Moda dünyasında süslemeye dair tekstil tekniklerinden örnekler

“Örücülük sanatının, ilk nerede, nasıl ve kimler tarafından başlatıldığı kesin olarak bilin-

memektedir. Anadolu’da çok eskilere dayanan belgeleri bulunan bu sanatın başlangıcının MÖ 2000 yıllarına kadar uzandığı tespit edilmiştir. Dünya literatürüne “Türk Danteli” olarak giren iğne oyalarının 12.yy’da Anadolu’dan Balkanlar’a daha sonra da tüm Avrupa’ya yayıldığı çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir. Oya sözcüğünün diğer dillerde karşılığının bulunmaması ve tarihi belgelerde benzeri örgü biçimlerine rastlanmaması da bu sanatın Türklere ait bir sanat olduğu savını doğrulamaktadır.”<sup>2)</sup>

“Dantelin kökeni çok eski bir el sanatı olan ve makramayı andıran düğümlü ağ işine dayanmaktadır. Yapılan araştırmalarda en eski düğümlü ağ el işi örneklerine eski Mısır Mezarlarında ve İsviçre’deki göl kıyısı evlerde rastlanmıştır. Orta Asya’dan Mısır yoluyla Venedikliler’e geçen ve dönemine göre oldukça yaygın bir el sanatı





olan dantel yapımı, Venedik'te dantel sanayi olarak gelişmiş; buradan da bütün Avrupa ülkelerine yayılmıştır.”<sup>3)</sup>

“El nakışı, pamuk ya da ipekten yapılmış, beyaz ya da renkli kalın veya ince kumaşlar üzerine; ipek, yün, keten, pamuk, metal vb. iplikler kullanılarak iğne veya tıg ile düz ve kabarıklık değişik iğne teknikleri ile yapılan süslemelerdir. El işlemlerinin gerçekleşmesinde birçok teknik uygulanmış, bu tekniklerin oluşturulmasında çeşitli iğneler kullanılmıştır. XVI. Yüzyıldan itibaren bulunan örneklerden ve günümüzde uygulananlardan bazıları şunlardır: Antep işi, Çin iğnesi, suzeni, applike, dival işleme, beyaz iş iğneleri, sarma, Bolonya iğnesi, kum iğnesi, goblen işi ve kanaviçe, Türk işi, hesap işi, Bartın işi vb.”<sup>4)</sup>

“Kurdele nakışı ise, iğne ile çalışılan bir tekniktir. Kurdele nakışında ipek ve organze kurdelelerle kesme, katlama, dikme yöntemleri kullanılarak çeşitli kompozisyonlar oluşturulmaktadır. Kurdele nakışında düz batım

teknigi, tohum, örümcek, gül, mine çiçeği, papatya gibi teknikler bulunmaktadır. Ayrıca kurdele nakışında basit el nakışı ve boncuk süslemeleriyle farklı görünümler oluşturulmaktadır.”

Tekstil sanatı kültürlerle ait simgesel kodları taşımasının yanı sıra kullanılan tekniklerin yapıldığı dönemin yaşamsal özelliklerini vurgulaması açısından önem taşımaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, geçmişten günümüze tekstil ve moda eğilimleri yapım, malzeme, üretim yöntemleri ele alındığında benzer nitelikler taşımaktadır.

Günümüz teknolojik gelişmelerinin neden olduğu yenilikçi tekniklerin yanı sıra kullanılan geleneksel teknikler, kimliksel özelliklerini kaybetmemekle birlikte güncelliğini devam ettirmektedir. Tekstil ve moda sektörü de, geçmişle gelecek arasında bağ kuran, formu iki boyuttan üç boyuta taşıyan, kültür ve zaman sınırlamasının olmadığı hızlı devrimin içerisinde gelişimini sürdürecektir.

#### KAYNAKÇA:

<sup>1)</sup> İSMEK El Sanatları Albümü, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İstanbul, 2006, s.186

<sup>2)</sup> Ya.g.e., s.164

<sup>3)</sup> Ya.g.e., s.170

<sup>4)</sup> Ya.g.e., s.176

• Yazıda anlatılan teknikler, İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından 2006 yılında hazırlanan İSMEK El Sanatları Albümü'nden özümzenerek aktarılmıştır.

• BALPINAR, Belkis, Kilim, Zili, Sumak, Türk Düz Dokuma Yaygıları, Eren Yayınları, İstanbul 1982

• DÖLEN, Emre, Tekstil Tarihi, Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1992

• ÖZAY, Suhandan, Dünden Bugüne Dokuma Resim Sanatı, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2001

• FORESTER, Tom, The Materials Revolution, Cambridge Mass., 1988

• GILLOW, John, World Textile, Thames & Hudson, London, 1999

• HELD, E. Shirley, Weaving, Harcourt Brace College Pub., Amerika, 1999

• MELLER, Susan, Textile Design, Thames & Hudson, New York, 1991

## KOT LAZER GRAVÜR SİSTEMİ (FASHIONABLE ENGRAVING)

- 3D DİNAMİK GENİŞ FORMATLI GALVANO İŞARETLEME TEKNİĞİ
- 500 W CO<sub>2</sub> RF LASER TÜP

- ENERJİ TASARRUFU
- YÜKSEK ÇALIŞMA VERİMLİLİĞİ
- MÜKEMMEL EMME ETKİSİ
- DÜŞÜK BAKIM
- HERMETİK YAPI
- DÜŞÜK KİRLİLİK

## İNCİ ÇAKMA MAKİNALARI

- YUVARLAK İNCİ ÇAKMA
- YARIM İNCİ ÇAKMA
- KÜÇÜK BOY (3mm) İNCİ ÇAKMA
- BÜYÜK BOY (18mm kadar) İNCİ ÇAKMA
- BÜYÜK TABLALI İNCİ ÇAKMA (ev tekstili için)



Web: ..... [www.dekat.com.tr](http://www.dekat.com.tr)



Globalpiyasa.com ... [www.globalpiyasa.com/tr/dekat](http://www.globalpiyasa.com/tr/dekat)



Facebook: ..... #dekatlazer



Instagram: ..... #dekatlazer



Sahibinden.com: .. <https://dekatmakina.sahibinden.com>



Youtube: ..... #dekattv

## Dekat Makina Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Evren Mah. Gülbahar Cad. Şehit Cengiz Karcoğlu Sk. No: 2/1 Güneşli-Bağcılar / İSTANBUL

Tel: +90 (212) 555 93 92 – +90 (212) 655 55 61 • Fax: +90 (212) 539 91 20

E-Mail: [info@dekat.com.tr](mailto:info@dekat.com.tr)

# Ar-Ge'nin ölçülebilir değeri: PATENT

GÜNÜMÜZ REKABETÇİ PİYASASINDA BİLGİ, İŞLETMELER İÇİN ÖNEMLİ BİR DEĞER HALİNE GELMİŞTİR. UZUN VADEDE, MADDİ VE FİNANSAL VARLIKLAR KARLILIK ÜZERİNDE OLAN ETKİLERİNİ ARTIK KAYBETMEYE BAŞLAMIŞTIR. SEKTÖRDE LİDER OLMAK İSTEYEN İŞLETMELER, EN İYİ BİLGİ VE ENFORMASYONA SAHİP OLMA NOKTASINDA ÇALIŞMALARINA YÖN VERMEYE BAŞLAMIS, YENİ BİLGİ VE TEKNİKLER ÜZERİNDE ÇALIŞMAYA BAŞLAMIŞTIR. YENİ BİLGİYE ULAŞMA YOLUNDA İŞLETMELERİN YATIRIM YAPTIĞI TEMEL SÜREÇLERDEN HİÇ ŞÜPHE SİZ EN ÖNEMLİSİ ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRMEDİR.

**K**ısaca Ar-Ge olarak tanımlanan bu süreçte, bilgi dağıtıcığını artırmak amacıyla sistematik olarak sürdürülen yaratıcı çalışma ve bu bilginin yeni uygulamalar yaratmak için kullanılması sayesinde entelektüel sermayeye ulaşılır. Başta yazılım, danışmanlık gibi teknolojiye yön veren şirketler için piyasa değerinin

oluşturulmasında Ar-Ge çok önemli bir yere sahiptir.

## Ar-Ge bir varlık olarak bilgi sermayesinin üretim ve gelire dönüştürüldüğü yatırımdır

Ar-Ge, yetkinliği geliştirme, yenilik, buluş, ürün geliştirme ve süreç iyileştirme de dâhil olmak üzere var olan işi yenileme veya genişletme ya da yeni işler yaratma potansiyeline sahip ve teknolojiyle ilgili her türlü faaliyeti kapsamaktadır. Ar-Ge bir varlık olarak bilgi sermayesinin üretim ve gelire dönüştürüldüğü yatırım olarak görülmektedir (Matheson; Matheson, 1999). Buna göre Ar-Ge çalışmaları işletmenin sadece maddi varlığını değil piyasa değerini de arttırmaktadır.

Yurt dışında faaliyet gösteren öncü teknoloji firmaları incelendiğinde Ar-Ge çalışmalarına yaptıkları yatırımın gayri safi milli hâsıla içerisinde büyük bir değere sahip olduğu görülmektedir. Özellikle kriz ortamında işletmeler açısından yapılacak en iyi yatırım yine Ar-Ge'dir. Ülkemizde sıklıkla yapılan hata ise dünyanın aksine kriz ortamında Ar-Ge'ye yapılan yatırımların az-

altılması bunun yerine üretim ve pazarlamaya ağırlık verilmesidir. Kısa vadede etkili bir çözüm gibi görülsede uzun vadede, pazarlama üzerine yatırımın yapılması işletmenin maddi varlığını arttırmada etkili bir yöntem değildir.

Günümüz şartlarında gelişen rekabet koşullarına bağlı, yenilik konusunda yapılan çalışmalar zorunlu bir şekilde artış göstermiştir. Yenilik arayışında olmazsa olmazlar arasında son teknolojinin takip edilmesi, işletmeler için yeni ürün ve üretim tekniklerinin geliştirilmesi gibi yollar izlenmektedir.

## Karlılık ve pazar payını artırır, ekonomik büyümeyi sağlar

Dünyada var olan teknolojik gelişmeler işletmeler tarafından gerçekleştirilen Ar-Ge faaliyetleri sonucu buluş ve inovasyon olarak ortaya çıkmaktadır. Teknolojik gelişme ve inovasyon, işletme açısından karlılığın ve pazar payının artmasına neden olurken aynı zamanda da ekonomik büyümeyi sağlamaktadır.

Türkiye açısından Ar-Ge yatırımları incelenecek olursa

(Grafik 1), özellikle ekonomik kriz yaşanan dönemlerde Ar-Ge yatırımlarının azaldığı görülmektedir. Dünya çapında yaygın olan anlayışın aksine özellikle ekonomik kriz ortamında ülkemizde faaliyet gösteren işletmeler, Ar-Ge yatırımlarını askıya almakta ve üretime ağırlık vermektedir.

Ancak mevcut bilgi ve teknolojinin kullanılması yoluyla piyasaya sürülen ürünlerin özellikle kriz ortamında benzer ürünler ile rekabet etmesi oldukça güçtür. Dolayısıyla bu tip dönemlerde maddi kaynakların öncelikli olarak Ar-Ge çalışmaları için kullanılması ve rekabet üstünlüğü sağlayacak ürünlerin geliştirilmesi uzun vadede işletmeler açısından karlılık sağlayacaktır.

Türkiye'de finansman kaynağına göre Ar-Ge harcamaları incelendiğinde ise (Grafik 2), kamu işletmelerinin özel sektör önüne geçtiği görülecektir. Kamu kaynaklı harcamalar 2006 yılı öncesinde üniversite ve araştırma enstitülerinin payı yurt dışı ve özel sektöre göre daha fazla iken 2006 yılından sonra yükselen bir ivme göstermiştir.



**Figen Konak**

Patent & Marka Vekili

MARCANORM

Marka Patent ve Danışmanlık

Grafik 1 ve 2 incelendiğinde özellikle 2006 yılından sonra Ar-Ge yatırımlarının gerek özel sektör gerekse kamuda arttığı görülmektedir. 2006 yılında sonra artan Ar-Ge çalışmaları patent başvurularına da artış olarak yansımaları Ar-Ge ve patent arasındaki ilişkiyi net bir şekilde ortaya koymaktadır (Grafik 3).

Diğer taraftan bu artışlara katkı sağlayan politikalarda göz ardı edilemez. Çünkü Türk Patent ve Marka Kurumu'nun yeniden yapılandırılması, Kanun Hükmünde Kararnameler / Kanunların çıkartılması, araştırma-geliştirme faaliyetlerinin desteklenmesine yönelik bir dizi kanunun çıkartılması da tartışmasız önemli bir paya sahiptir.

### Ar-Ge biriminin ne kadar aktif ve etkili olduğu patent başvuruları ile ölçülebilir

Ar-Ge çalışmalarında hedeflenen yenilik arayışı işletmelere yeni pazar oluşturma konusunda büyük oranda fayda sağlarken, ortaya çıkartılan yeniliklerin patent veya faydalı model belgesi ile korunması rekabette üstünlük sağlamaktadır. Dolayısıyla Ar-Ge biriminin ne kadar aktif ve etkili olduğunu ölçmenin belki de en kolay yolu, gerçekleştirilen patent başvurularına bakmaktır. Patent sistemine hâkim bir Ar-Ge, çalışmaları sırasında hem patent fırsatlarını rahat bir şekilde görebilecek hem de patentli sistemlerin veya ürünlerin kullanılmasından kaynaklı hukuki yaptırımların önüne geçebilecektir. Diğer taraftan son teknolojinin takip edildiği patent dokümanlarının kullanılması, Ar-Ge çalışmaları sırasında hâlihazırda kullanımda olan sistem ve ürünlerin yeniden bu-

lunmaya çalışılmasını yani zaman kaybını önleyecektir.

### ABD ve Japonya patent başvurularında ilk sırada

Dünya genelinde rekabet üstünlüğüne sahip ülkelere baktığında, ABD ve Japonya gibi ülkelerin gerek Ar-Ge yatırımları gerekse patent başvuru sayılarında ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. (Grafik 4)

### Ar-Ge'siz pazarda pay almak güç

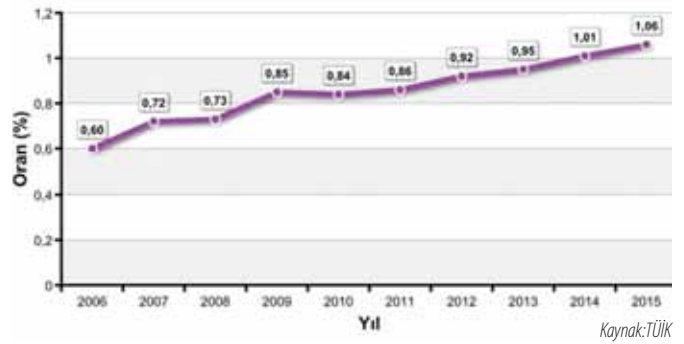
Tüm veriler göz önüne alındığında şu bir gerçektir ki, Ar-Ge olmadan pazarda bir paya sahip olmak oldukça güçtür.

Teknoloji satın alarak faaliyetlerine devam eden işletmeler için rekabet üstünlüğünün sağlanması mümkün görülmektedir. İşletmenin kar elde eden bir hale getirilmesi için kendine ait know-how sahibi olması günümüz piyasa koşullarında artık bir zorunluluk halindedir. Aynı zamanda sadece bilginin üretilmesi değil, ulaşılan bu bilginin korunması da rekabet üstünlüğünün sağlanması noktasında büyük role sahiptir.

Mikro ölçekte, işletmelerin patent odaklı yürüteceği Ar-Ge çalışmaları sonucunda ölçülebilir ekonomik verilere ulaşması mümkündür.

Ancak makro ölçekte, ülke ekonomisinin uluslararası düzeyde rekabet edebilir bir yapıya kavuşması, teknolojik bilgi üretilmesi, üründe ve üretim süreçlerinde yenilik yapılmasının sonucunda ürün kalitesi ve standardının yükseltilmesi, verimliliğin artırılması, üretim maliyetlerinin düşürülmesi, teknolojik bilginin ticarileştirilmesi, yabancı sermaye yatırımlarının ülkeye girişinin hızlandırılması pek doğal olarak mümkün olacaktır.

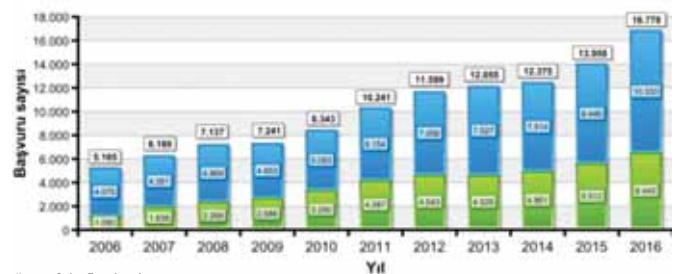
Grafik 1: Türkiye'de AR-GE Harcamalarının GSYİH'daki Payı (%) (2006-2015)



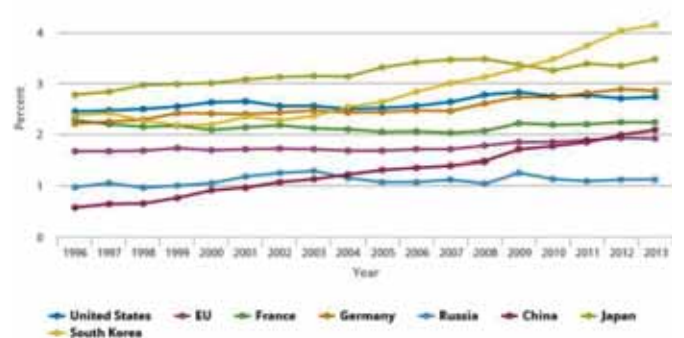
Grafik 2: Türkiye'de Sektörler Bazında AR-GE Harcamaları (2006-2015)



Grafik 3: TÜRK PATENT'e Yapılan Patent Başvurularının Yıllara Göre Dağılımı



Grafik 4: Uluslararası düzeyde AR-GE Harcamalarının GSYİH'daki Payı (%)





## “Cooperation between business world, public and local administrations is very important for the success of Regional Incentives”

Dear my friends,

**T**he government provided incentives for the acceleration of development and directing the investments to relatively less developed regions of Turkey at certain intervals and continue to do it. It is obvious that we are not at the aimed point yet even we advanced in a certain level in accordance with this purpose when we examine the point reached. Well, what must be done for the incentives to be successful and be used effectively?

The planning step, which will be made by taking the views of non-governmental organizations in the beginning for making regional incentives, is essential for the success of the result. Because, the fund of knowledge of non-governmental organizations will seriously contribute in this sense. In this context, special key sectors must be determined for this region by being considered the threads and opportunities of it and gaps of the infrastructure of the place, where is aimed to be invested, must be filled. As Attraction Centres Programme, which was recently went into operation, was choosing 23 cities in this sense, also determined the sector, which will be supported. As we Fashion and Apparel Federa-

tion (MHGF) stated that textile and ready-to-wear, which lead in manufacturing, employment and export, will be cut out for these for these cities so that they have low investment cost and its show quick results by taking an initiative after this programme has been declared and we started the Attraction Centres Promotion Meetings. Our aim was to meet investor companies of our sector with governorship, municipality, chambers of industry and commerce, local non-governmental organizations and opinion leaders by taking them to these regions and provide the possibility for them to see the potential of these cities onsite. We believe that communication problem will disappear in this way.

Taking responsibility of public institutions, chambers, non-governmental organizations and development agencies is very important as the host institutions. The investor, who visit the region for the first time, will be broken his prejudices by means of good communication and right information and the way of cooperation and investment will be smoothed.

Bringing up the respective meetings to the agenda of the country by means of press, internet and television is important in terms of our city's entering to agenda of Turkish business world's agenda. As we

MHGF we aimed that city promotion to get beyond its limits by taking many national press representative to Attraction Centres Promotion Meeting, which we started with Iğdır, and draw the attention to our respective city. Finally, our workshop in Iğdır got an important success in reaching to large masses so that it was broadcasted and published in 150 different media.

Van will be the second stop of our Attraction Centres Promotion Meeting after Iğdır. Van Investment Opportunities in Textile-Ready-to-Wear and Promotion Days, which will started with two panels and opening speech on 22nd September 2017 at VANTSO, will be an important meeting that will consider the negative and positive sides of city as an investment atmosphere by public leaders and leading experts. I especially thank to VANTSO and everyone participated, contributed and contributors in the organization of our Van programme. I wish our Attraction Centres Programme will be efficient for our national economy and 23 attraction centre cities.

**Hüseyin Öztürk**

Fashion and Apparel Federation  
Chairman of Executive Board

# Landing to Van by Textile and Ready-to-Wear Manufacturers

FASHION AND APPAREL FEDERATION (MHGF) REALIZED THE SECOND STEP OF ATTRACTION CENTRES PROMOTION PROGRAMMES IN VAN. MANY TEXTILE AND READY-TO-WEAR MANUFACTURERS THROUGHOUT TURKEY PARTICIPATED TO "VAN INVESTMENT OPPORTUNITIES IN TEXTILE-READY-TO-WEAR AND PROMOTION DAYS" ORGANIZED BETWEEN THE DAYS 22-24 SEPTEMBER 2017.

**M**HGF realized the second step of Attraction Centres Promotion Programmes, which it started in Iğdır last month, in Van. Van Investment Opportunities in Textile-Ready-to-Wear and Promotion Days were organized between the dates 22-24 September 2017 by the cooperation of Trade and Industry Chamber of Van (VATSO) in the scope of the study aiming to promote 23 attraction centre cities in Eastern and South-Eastern Anatolia determined by the government to textile and ready-to-

wear investors. The potential of Van was examined onsite within the programme met textile and ready-to-wear investors, managers of non-governmental organizations, representatives of chain stores, academicians, suppliers and representatives of national press throughout Turkey.

**Öztürk, President of MHGF: "Ready-to-Wear is the solution of high unemployment in Van"**

Hüseyin Öztürk, President of MHGF, who stated Van is an

investment centre drawing attention with its border trade of Eastern Anatolia Region and having young and dynamic labour force, told as: "Van is also city having sectoral past and experience in ready-to-wear and a serious infrastructure in this field." Öztürk, who stressed their first aim is to increase ready-to-wear investments showing quick results in relatively less developed regions in economic sense in the regions having high unemployment, said: "Ready-to-wear sector is the key of rapid development with low investment

cost. We think ready-to-wear investments will be the right solution for Van, where unemployment has serious dimensions."

Hüseyin Öztürk, President of MHGF, who said they aim to provide possibility to ready-to-wear sector's focusing on innovative, R&D oriented and value-added products by bailing the sector squashed into the big cities by making the manufacturing of basic products move to stimulated cities with in this work, told: "We demand our Attraction Center Cities to be declared as pilot region in certain products by being make their potentials analysed very well and clustering, which will complete each other by integrating with neighbour cities, to be established."

## Programme Started on 22nd September

Two panels were also organized in the afternoon part of Van Investment Opportunities in Textile-Ready-to-Wear and Promotion Days started with opening speech on 10:30 at VATSO on 22nd September 2017. The delegation, which examined Van Organized Industrial Zone and Tekstilkent, visited Van Castel, Akdamar Church and Lake Van surrounding.



# The Investment Potential of Van

VAN CITY HAS A LOCATION AS AN OPENING DOOR OF TURKEY AND EUROPE TO ASIA. IT TAKES PLACE IN THE REGION WHERE MIDDLE EAST, CAUCASIA AND MIDDLE EAST INTER-SECT. IT IS POSSIBLE REACH TO 21 COUNTRIES CONTAINING A 180-MILLION PEOPLE MARKET BY A 2-HOUR FLIGHT DISTANCE. IT IS AN IMPORTANT BASE IN THE SCOPE OF THE TRADE WITH THE COUNTRIES LIKE IRAN, IRAQ, ARMENIA AND AZERBAIJAN. THERE ARE 6 COUNTRIES IN A 500 KILOMETRES OF DISTANCE. THESE COUNTRIES ARE IRAN, IRAQ, SYRIA, AZERBAIJAN, GEORGIA AND ARMENIA.

**V**an city has an important investment potential especially in tourism, agriculture, stock raising, mining and renewable energy as well as its strategic position. It offers to important advantages to investors of the labour-intensive sectors like textile with its high young population rate and the ones like furniture, metal and plastic having export potential to neighbour countries.

## Foreign Trade

According to figure of TÜİK, Van totally exported a 36-million dollar good in 2016 and realized its more than 70 percent to Iran. It also realized 50 percent of its 50-million dollar import from Iran.

When export/import figure of 2015 and 2016 were compared, it is understood that there is more than 60 percent increase in export and import.

When Van's export is considered as product-oriented, it is understood that garment is the most exported product with a 16.4 percent rate. It is followed by metal goods with 4 million dollar.

## Tourism

Van and its region are also important in terms of tourism as well as foreign trade. Nearly 20 thousand Iranian tourist preferred Van to spend their 13-Newroz Festival. Occupancy rate of hotels increased to 95 percent. The delegations presided by Provincial Directorate Culture and Tourism, Trade and Industry Chamber of Van and Development Agency inform businessmen about investment potential of city, de-



velop business possibilities by promoting Van in the cities Tabriz and Urmia.

Van entered to "UNESCO's World Heritage Temporary List" because of its close location to Iran and has a high potential in bringing domestic and foreign tourists with more than fifty touristic/historical places in total including Akdamar Island, Akdamar Church, Van Castle and Fairy Chimneys in Başkale county. Domestic tourists also can be brought from neighbour cities in winter months within Gevaş Abalı Ski Centre constructed in the scope of Attraction Centres Supporting Programme. As it was visited by 660 thousand

domestic tourists and 186 thousand foreign ones, totally 912 thousand people, 709 thousand domestic and 202 thousand foreign ones, visited it. The total number of tourists visited Van exceed 1 million in 2016 for the first time. The number of foreign tourists increased 27 percent compared to previous year because of the interests of Iranian tourists to this region.

## Textile

Van city is one of the biggest cities of Eastern and South-Eastern regions with its 1.100.190 people population and is considered as "Regional Attraction Centre" in

Regional Development National Strategy prepared by Development Ministry. Van city is one of the 12 Attraction Centres in the scope of Attraction Centres Supporting Programme executed by Development Ministry. The five projects are totally executed in the scope of Attraction Centres Supporting Programme Van Operation of which coordination provided by our agency and financed by Development Ministry in this context. Abalı Ski Resort, Tuşba Fair and Congress Centre and İnci Tour Ship Purchasing projects were completed and Tekstil Kent and Urartu Museum projects continue. It is anticipated that the total cost of these projects will be nearly 110 million TRY. It is planned to implement new projects after the ongoing ones.

Tekstil Kent Project is the most important one implemented in the scope of Attraction Centres Supporting Programme. It is aim that establishing a totally constructed Textile Specialized Organized Industrial Zone having a ready infrastructure to stimulate enterprises displaying activity in the West for their moving to Van in a similar model like specialized small industrial site.

Tekstil Kent Project, which has two stages, has 569 regions, 300 ones for the first stage and 269 for the second one, in total. 22 pieces of 1200 m<sup>2</sup> and 10 pieces of 2400 m<sup>2</sup> factories, 22 ones in total, were constructed in the scope of the project. Factories, which have ready infrastructure and superstructure, is allocated to investor without any rent. It is only planned to collect service charges from the investor to pay the common expenses. A 240kWp Solar Power Plant was established in Tekstil Kent campus to minimize these expenses.

Worker support is provided to the companies started manufacturing in the scope of Job Shadowing Programme by İŞKUR with Ministry of Economy Regional Incentive Operation Sixth Region Incentives. These supports especially drew the attention of companies in West and these companies are the most ones displaying activity in Tekstil Kent.

It is aimed to start the second stage of the project in a short time. It was applied

to the Ministry of Science, Industry and Technology to provide a specialized OIZ identity to Tekstil Kent Project.

It is expected the textile export in Van will increase, the city will seriously contribute to employment and prepare an atmosphere to sectoral clustering by activating subsectors of ready-to-wear after the first and second stages of Tekstil Kent Project will start to display activity completely.

## Industrial Infrastructure

The other region providing important employment in Van is Organized Industrial Zone (OIZ). OIZ, which is aimed to display activity in five stages in total, is manufactured at its three ones today. It is aimed to complete the infrastructural works of fourth stage and to be allocated this year.

The total field of VAN OIZ is 508.5 hectare. But three stages where OIZ displaying activity consist 158 parcels in total. These parcels were allocated to 109 companies and no empty parcels are left. 97 ones of 109 companies manufacture in the present position.

The fourth stage, which is aimed to be completed in the year 2017, is on 60 hectares. 48 hectares of it will be divided as 22 parcels and 12 hectares for 12 parcels.

İŞGEM, Van Small Industrial Site, Merciler Site, Wholesalers Site, Erciş Small Industrial Site and Marangozcular Site display activity in the city except Van OIZ. Besides, the infrastructure projects of Erciş Organized Industrial Zone were completed and it will be submitted to tender by the Ministry of Science, Industry and Technology in a short time. The employment rate of industry sector in Van became 19.6 percent by increasing 0.4 percent compared to previous year. Provincial Directorate of National Education executes important studies with Yüzüncü Yıl University to satisfy the qualified staff need, essential for industry sector. As Yüzüncü Yıl University provides educations to satisfy this need with its 14 vocational high schools, Van Provincial Directorate of National Education tries to fill an important gap by organizing development courses/programmes, providing vo-



cational and technical educations as well as its vocational schools.

## Renewable Energy

150-thousand hectares field of Van contains the properties out of agriculture. This 150-thousand hectares field faces with us as a field where solar power investments can be done. This also makes Van have the most field property especially in renewable energy in Turkey.

Van city has 3068 hours of sunshine and 1635 kWh/m<sup>2</sup> radiation value. The second highest share (77 MW) in 60 MW Licenced Solar Power Plant quota, which was determined with 6094 Numbered Law went into operation in 2013, was given to Van. This quota proves that Van is the most suitable city for electricity production facility investments by solar power.

Development Agency made a feasibility study to establish a "Solar Power Specialized Industrial Zone" in Van. As a result of it, it is accounted that the annual full capacity manufacturing income of Solar Power Plant, which will be established on 4000 hectares of field, will exceed 1 Billion TRY and payback period of investments will be 4-6 years. Development Agency applied to Ministry of Science, Industry and Technology by means of Governorship of Van for a Solar Power Industrial Zone to be established in Edremit county in the year 2015.

# Embroidery Industry Contributes a Value-Added Dimension to Turkish Textile and Ready-to-Wear



**E**mbroidery industry seriously contributes to a value-added dimension to Turkish textile and ready-to-wear sector, leader in employment, export and manufacturing. Turkish embroidery sector, which has a fund of knowledge going back many years, seriously contributes to national economy with its qualified labour force, modern machinery park and high-quality works preferred in the world.

Embroidery sectors is one of the subsidiary branches providing a parallel development to textile and ready-to-wear's gradually increasing share in national economy since 1980's, and having a important role in the success of it. The continuous development of industrial embroidery machines made embroidery sector expanded especially in textile and ready-to-wear as well as leather, leather wear, shoe and even automotive sectors. The value-added dimensions and also prices of a t-shirt, trousers, lingerie, shirt, socks, toy, bag or shoes, on which embroidery applied, get much more.

## **More than 2 thousand companies provides employment to nearly 50 thousand people**

Today, nearly 2 thousand small and big embroidery companies display activity in the sector, which an intense competition is experienced all segments of textile and ready-to-wear including combed cotton cloths, home textile, babies' wear and denim, and provides employment to nearly 50 thousand people.

## **Istanbul is city the where the sector clustered most**

Istanbul is the city where embroidery sector clustered most in Turkey like textile and ready-to-wear. Nearly thousand big and small companies display activity in the

districts of Istanbul like Çağlayan, Merter, Güneşli, Yenibosna and Ümraniye. There are embroidery companies seriously focused on the cities like Gaziantep leading combed cotton garments, Denizli, capital of bathrobe and towel, İzmir having important companies in apparel and wedding dresses and Bursa, where home textile and kids' wear companies displaying activity most except Istanbul. But it is also possible to see embroidery manufacturers in many places except these cities.



year, is known in the world very well. But there are two things lack in the sector: Marketing and promotion. As all about embroidery can be manufactured in highest quality and good price in Turkey, even the domestic companies import the products like badge and lace without being aware of this position. The sector, in which medium sized family companies mostly display activity, cannot focus on marketing and promotion while struggling with many problems under price pressure.

On the other hand, one of the most important problems of the sector is educated and qualified labour force. The sector, which executes joint studies with Ministry of National Education, provided the opening of embroidery department in many vocational schools throughout Turkey and continues its supports for the protection of these departments and teaching of right and applied education.

Istanbul Embroidery Industrialists' Association (İNSAD), İzmir Embroidery Industrialists' Association (İNDER), Denizli Embroidery Industrialists' Association (DENSAD) and Gaziantep Embroidery Industrialists' Association (GANİDER),



which are the associations under the umbrella of Fashion and Apparel Federation (MHGF), considers the problems of the sector, realize studies for the solutions within common mind beyond their solidarity.



### Value-Added Manufacturing in Wide Range

The range of products were also broadened within the machines realizing combined manufacturing and technological development. The embroideries like spangled, cordonnet, lace, bead and chain applications, the works having much more strokes, money, ear-ring and laser cut are very fashionable nowadays. The fame of the sector, which experienced its golden age this year within embroidery wind blew in the fashion this

**TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI**  
**AĞUSTOS 2017**

|                                                  |                           | 2016<br>AĞUSTOS<br>1000 \$ | 2017<br>AĞUSTOS<br>1000 \$ | DEĞİŞİM %   | 2016<br>OCAK -<br>AĞUSTOS<br>1000 \$ | TOPLAM<br>KONF.'DA<br>PAY % | 2017<br>OCAK -<br>AĞUSTOS<br>1000 \$ | TOPLAM<br>KONF.'DA<br>PAY % | 2016 / 2017<br>DEĞİŞİM<br>% |
|--------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------|--------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1                                                | ALMANYA                   | 304.363                    | 327.262                    | 7,5         | 2.156.042                            | 18,6                        | 2.163.041                            | 19,0                        | 0,3                         |
| 2                                                | İSPANYA                   | 154.551                    | 239.686                    | 55,1        | 1.170.081                            | 10,1                        | 1.358.712                            | 12,0                        | 16,1                        |
| 3                                                | İNGİLTERE                 | 180.653                    | 179.620                    | -0,6        | 1.375.252                            | 11,9                        | 1.280.698                            | 11,3                        | -6,9                        |
| 4                                                | HOLLANDA                  | 73.561                     | 80.424                     | 9,3         | 533.802                              | 4,6                         | 562.532                              | 5,0                         | 5,4                         |
| 5                                                | FRANSA                    | 78.442                     | 89.935                     | 14,7        | 588.292                              | 5,1                         | 557.635                              | 4,9                         | -5,2                        |
| 6                                                | İRAK                      | 55.577                     | 61.334                     | 10,4        | 362.557                              | 3,1                         | 465.068                              | 4,1                         | 28,3                        |
| 7                                                | İTALYA                    | 44.819                     | 43.974                     | -1,9        | 432.940                              | 3,7                         | 379.317                              | 3,3                         | -12,4                       |
| 8                                                | ABD                       | 59.445                     | 61.628                     | 3,7         | 353.096                              | 3,1                         | 376.573                              | 3,3                         | 6,6                         |
| 9                                                | POLONYA                   | 42.440                     | 42.202                     | -0,6        | 473.600                              | 4,1                         | 306.265                              | 2,7                         | -35,3                       |
| 10                                               | DANİMARKA                 | 42.174                     | 37.840                     | -10,3       | 286.596                              | 2,5                         | 254.524                              | 2,2                         | -11,2                       |
| <b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>                       |                           | <b>1.036.025</b>           | <b>1.163.906</b>           | <b>12,3</b> | <b>7.732.259</b>                     | <b>66,9</b>                 | <b>7.704.366</b>                     | <b>67,8</b>                 | <b>-0,4</b>                 |
| 11                                               | İSRAIL                    | 36.079                     | 32.043                     | -11,2       | 217.870                              | 1,9                         | 233.485                              | 2,1                         | 7,2                         |
| 12                                               | SUUDİ ARABİSTAN           | 30.911                     | 23.207                     | -24,9       | 236.818                              | 2,0                         | 214.199                              | 1,9                         | -9,6                        |
| 13                                               | BELÇİKA                   | 27.625                     | 28.860                     | 4,5         | 217.288                              | 1,9                         | 202.077                              | 1,8                         | -7,0                        |
| 14                                               | İSVEÇ                     | 22.498                     | 25.162                     | 11,8        | 168.532                              | 1,5                         | 164.710                              | 1,5                         | -2,3                        |
| 15                                               | BULGARİSTAN               | 46.987                     | 24.072                     | -48,8       | 154.600                              | 1,3                         | 157.452                              | 1,4                         | 1,8                         |
| 16                                               | UKRAYNA                   | 34.126                     | 24.177                     | -29,2       | 210.496                              | 1,8                         | 154.913                              | 1,4                         | -26,4                       |
| 17                                               | MACARİSTAN                | 3.309                      | 21.435                     | 547,8       | 13.125                               | 0,1                         | 136.164                              | 1,2                         | 937,4                       |
| 18                                               | CEZAYİR                   | 15.480                     | 13.358                     | -13,7       | 139.353                              | 1,2                         | 132.481                              | 1,2                         | -4,9                        |
| 19                                               | RUSYA                     | 12.353                     | 19.510                     | 57,9        | 77.461                               | 0,7                         | 119.810                              | 1,1                         | 54,7                        |
| 20                                               | KIRGIZİSTAN               | 15.669                     | 17.903                     | 14,3        | 77.437                               | 0,7                         | 117.008                              | 1,0                         | 51,1                        |
| <b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>                       |                           | <b>1.281.062</b>           | <b>1.393.633</b>           | <b>8,8</b>  | <b>9.245.239</b>                     | <b>80,0</b>                 | <b>9.336.665</b>                     | <b>82,2</b>                 | <b>1,0</b>                  |
| 21                                               | BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ | 13.731                     | 11.902                     | -13,3       | 97.607                               | 0,8                         | 96.784                               | 0,9                         | -0,8                        |
| 22                                               | ROMANYA                   | 13.550                     | 16.402                     | 21,0        | 92.649                               | 0,8                         | 87.886                               | 0,8                         | -5,1                        |
| 23                                               | ÇEK CUMHURİYETİ           | 9.361                      | 10.760                     | 14,9        | 70.931                               | 0,6                         | 87.140                               | 0,8                         | 22,9                        |
| 24                                               | AVUSTURYA                 | 11.451                     | 11.770                     | 2,8         | 88.518                               | 0,8                         | 82.185                               | 0,7                         | -7,2                        |
| 25                                               | İRAN                      | 43.441                     | 9.023                      | -79,2       | 237.324                              | 2,1                         | 81.483                               | 0,7                         | -65,7                       |
| 26                                               | LÜBNAN                    | 5.561                      | 9.163                      | 64,8        | 40.960                               | 0,4                         | 75.712                               | 0,7                         | 84,8                        |
| 27                                               | İSVİÇRE                   | 9.452                      | 9.148                      | -3,2        | 80.436                               | 0,7                         | 71.408                               | 0,6                         | -11,2                       |
| 28                                               | YUNANİSTAN                | 8.737                      | 10.682                     | 22,3        | 69.960                               | 0,6                         | 71.373                               | 0,6                         | 2,0                         |
| 29                                               | LIBYA                     | 8.327                      | 7.109                      | -14,6       | 70.595                               | 0,6                         | 68.798                               | 0,6                         | -2,5                        |
| 30                                               | ÜRDÜN                     | 15.584                     | 8.575                      | -45,0       | 79.163                               | 0,7                         | 68.334                               | 0,6                         | -13,7                       |
| 31                                               | KAZAKİSTAN                | 12.192                     | 9.713                      | -20,3       | 75.335                               | 0,7                         | 60.230                               | 0,5                         | -20,1                       |
| 32                                               | FAS                       | 8.083                      | 9.265                      | 14,6        | 46.367                               | 0,4                         | 60.041                               | 0,5                         | 29,5                        |
| 33                                               | MİSİR                     | 12.159                     | 5.218                      | -57,1       | 91.513                               | 0,8                         | 52.560                               | 0,5                         | -42,6                       |
| 34                                               | LİTVANYA                  | 6.406                      | 5.649                      | -11,8       | 27.577                               | 0,2                         | 50.982                               | 0,4                         | 84,9                        |
| 35                                               | BOSNA-HERSEK              | 7.797                      | 10.229                     | 31,2        | 42.080                               | 0,4                         | 49.184                               | 0,4                         | 16,9                        |
| 36                                               | İRLANDA                   | 7.541                      | 7.533                      | -0,1        | 41.254                               | 0,4                         | 46.386                               | 0,4                         | 12,4                        |
| 37                                               | GÜRCİSTAN                 | 6.116                      | 9.905                      | 62,0        | 37.620                               | 0,3                         | 44.956                               | 0,4                         | 19,5                        |
| 38                                               | ÇİN HALK CUMHURİYETİ      | 5.334                      | 5.410                      | 1,4         | 41.740                               | 0,4                         | 43.356                               | 0,4                         | 3,9                         |
| 39                                               | KANADA                    | 6.458                      | 6.498                      | 0,6         | 40.197                               | 0,3                         | 43.093                               | 0,4                         | 7,2                         |
| 40                                               | SLOVAKYA                  | 5.917                      | 6.621                      | 11,9        | 55.476                               | 0,5                         | 38.863                               | 0,3                         | -29,9                       |
| 41                                               | SİRBİSTAN                 | 4.481                      | 6.650                      | 48,4        | 26.846                               | 0,2                         | 36.229                               | 0,3                         | 34,9                        |
| 42                                               | KUVEYT                    | 4.631                      | 3.811                      | -17,7       | 34.197                               | 0,3                         | 32.556                               | 0,3                         | -4,8                        |
| 43                                               | FINLANDİYA                | 5.828                      | 3.735                      | -35,9       | 37.226                               | 0,3                         | 32.268                               | 0,3                         | -13,3                       |
| 44                                               | TUNUS                     | 5.457                      | 3.405                      | -37,6       | 47.666                               | 0,4                         | 31.729                               | 0,3                         | -33,4                       |
| 45                                               | NORVEÇ                    | 6.565                      | 3.580                      | -45,5       | 41.223                               | 0,4                         | 28.463                               | 0,3                         | -31,0                       |
| 46                                               | HİRVATİSTAN               | 3.541                      | 3.752                      | 6,0         | 29.629                               | 0,3                         | 28.431                               | 0,3                         | -4,0                        |
| 47                                               | AZERBAYCAN-NAHÇIVAN       | 5.453                      | 4.493                      | -17,6       | 54.036                               | 0,5                         | 26.259                               | 0,2                         | -51,4                       |
| 48                                               | ARNAVUTLUK                | 3.168                      | 4.447                      | 40,3        | 23.100                               | 0,2                         | 25.657                               | 0,2                         | 11,1                        |
| 49                                               | SURİYE                    | 1.307                      | 1.113                      | -14,9       | 18.405                               | 0,2                         | 24.125                               | 0,2                         | 31,1                        |
| 50                                               | AVUSTRALYA                | 3.662                      | 3.306                      | -9,7        | 25.263                               | 0,2                         | 22.711                               | 0,2                         | -10,1                       |
| <b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>                       |                           | <b>1.542.353</b>           | <b>1.612.499</b>           | <b>4,5</b>  | <b>11.010.131</b>                    | <b>95,2</b>                 | <b>10.905.845</b>                    | <b>96,0</b>                 | <b>-0,9</b>                 |
| <b>DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER</b>               |                           | <b>63.080</b>              | <b>66.594</b>              | <b>5,6</b>  | <b>552.651</b>                       | <b>4,8</b>                  | <b>450.983</b>                       | <b>4,0</b>                  | <b>-18,4</b>                |
| <b>AB (28) TOPLAMI</b>                           |                           | <b>1.102.651</b>           | <b>1.222.796</b>           | <b>10,9</b> | <b>8.224.322</b>                     | <b>71,1</b>                 | <b>8.085.767</b>                     | <b>71,2</b>                 | <b>-1,7</b>                 |
| <b>TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI</b> |                           | <b>1.605.433</b>           | <b>1.679.093</b>           | <b>4,6</b>  | <b>11.562.782</b>                    | <b>100,0</b>                | <b>11.356.827</b>                    | <b>100,0</b>                | <b>-1,8</b>                 |

Kaynak: İTKİB

## TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI

## AĞUSTOS 2017

| Birim: 1.000 \$                                | 2016 AĞUSTOS   | 2017 AĞUSTOS   | DEĞİŞİM %  | 2016 OCAK - AĞUSTOS | PAY %       | 2017 OCAK - AĞUSTOS | PAY %       | DEĞİŞİM %   |
|------------------------------------------------|----------------|----------------|------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|-------------|
| 1 İTALYA                                       | 56.597         | 64.545         | 14,0       | 567.494             | 8,8         | 581.957             | 8,8         | 2,5         |
| 2 ALMANYA                                      | 69.516         | 77.317         | 11,2       | 550.226             | 8,5         | 551.310             | 8,4         | 0,2         |
| 3 BULGARİSTAN                                  | 67.120         | 63.850         | -4,9       | 391.763             | 6,1         | 444.512             | 6,7         | 13,5        |
| 4 ABD                                          | 59.528         | 59.416         | -0,2       | 356.408             | 5,5         | 385.136             | 5,8         | 8,1         |
| 5 İRAN                                         | 39.719         | 47.921         | 20,7       | 288.027             | 4,5         | 290.315             | 4,4         | 0,8         |
| 6 İNGİLTERE                                    | 30.396         | 33.238         | 9,4        | 257.671             | 4,0         | 260.212             | 3,9         | 1,0         |
| 7 İSPANYA                                      | 24.766         | 24.436         | -1,3       | 225.444             | 3,5         | 218.876             | 3,3         | -2,9        |
| 8 HOLLANDA                                     | 27.647         | 30.745         | 11,2       | 208.814             | 3,2         | 211.862             | 3,2         | 1,5         |
| 9 POLONYA                                      | 25.801         | 28.124         | 9,0        | 207.559             | 3,2         | 209.576             | 3,2         | 1,0         |
| 10 ROMANYA                                     | 20.400         | 24.171         | 18,5       | 205.791             | 3,2         | 181.814             | 2,8         | -11,7       |
| <b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>                     | <b>421.490</b> | <b>453.764</b> | <b>7,7</b> | <b>3.259.197</b>    | <b>50,4</b> | <b>3.335.570</b>    | <b>50,6</b> | <b>2,3</b>  |
| 11 FRANSA                                      | 23.981         | 25.591         | 6,7        | 180.373             | 2,8         | 180.451             | 2,7         | 0,0         |
| 12 MİSİR                                       | 19.305         | 21.706         | 12,4       | 158.297             | 2,4         | 179.238             | 2,7         | 13,2        |
| 13 FAS                                         | 17.184         | 17.047         | -0,8       | 151.095             | 2,3         | 153.612             | 2,3         | 1,7         |
| 14 BELÇİKA                                     | 16.801         | 17.555         | 4,5        | 127.690             | 2,0         | 125.004             | 1,9         | -2,1        |
| 15 İRAK                                        | 22.212         | 15.222         | -31,5      | 125.244             | 1,9         | 123.828             | 1,9         | -1,1        |
| 16 TUNUS                                       | 14.291         | 15.253         | 6,7        | 125.423             | 1,9         | 117.364             | 1,8         | -6,4        |
| 17 YUNANİSTAN                                  | 8.923          | 10.645         | 19,3       | 96.222              | 1,5         | 97.409              | 1,5         | 1,2         |
| 18 SİRBİSTAN                                   | 10.999         | 13.058         | 18,7       | 83.778              | 1,3         | 93.811              | 1,4         | 12,0        |
| 19 PORTEKİZ                                    | 10.757         | 9.153          | -14,9      | 87.987              | 1,4         | 93.511              | 1,4         | 6,3         |
| 20 İSRAİL                                      | 12.969         | 12.348         | -4,8       | 98.370              | 1,5         | 91.917              | 1,4         | -6,6        |
| <b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>                     | <b>578.912</b> | <b>611.341</b> | <b>5,6</b> | <b>4.493.675</b>    | <b>69,5</b> | <b>4.591.715</b>    | <b>69,6</b> | <b>2,2</b>  |
| 21 ÇİN HALK CUMHURİYETİ                        | 11.302         | 9.765          | -13,6      | 81.413              | 1,3         | 91.122              | 1,4         | 11,9        |
| 22 UKRAYNA                                     | 15.576         | 14.360         | -7,8       | 93.790              | 1,5         | 85.607              | 1,3         | -8,7        |
| 23 MOLDAVYA                                    | 9.348          | 8.301          | -11,2      | 82.404              | 1,3         | 84.307              | 1,3         | 2,3         |
| 24 SUUDİ ARABİSTAN                             | 9.340          | 8.559          | -8,4       | 73.311              | 1,1         | 77.031              | 1,2         | 5,1         |
| 25 BEYAZ RUSYA                                 | 9.524          | 15.308         | 60,7       | 43.329              | 0,7         | 75.081              | 1,1         | 73,3        |
| 26 CEZAYİR                                     | 11.143         | 10.354         | -7,1       | 67.972              | 1,1         | 71.170              | 1,1         | 4,7         |
| 27 MACARİSTAN                                  | 7.611          | 9.232          | 21,3       | 56.214              | 0,9         | 70.830              | 1,1         | 26,0        |
| 28 ÖZBEKİSTAN                                  | 5.659          | 6.791          | 20,0       | 43.710              | 0,7         | 54.042              | 0,8         | 23,6        |
| 29 ÜRDÜN                                       | 4.816          | 6.895          | 43,1       | 51.030              | 0,8         | 51.502              | 0,8         | 0,9         |
| 30 SÜRİYE                                      | 7.081          | 4.739          | -33,1      | 46.421              | 0,7         | 50.060              | 0,8         | 7,8         |
| 31 RUSYA FEDERASYONU                           | 7.186          | 8.568          | 19,2       | 41.512              | 0,6         | 49.540              | 0,8         | 19,3        |
| 32 AVUSTURYA                                   | 5.649          | 5.848          | 3,5        | 47.554              | 0,7         | 46.754              | 0,7         | -1,7        |
| 33 KAZAKİSTAN                                  | 3.996          | 8.645          | 116,3      | 17.226              | 0,3         | 43.330              | 0,7         | 151,5       |
| 34 ÇEK CUMHURİYETİ                             | 6.268          | 6.631          | 5,8        | 44.259              | 0,7         | 42.787              | 0,6         | -3,3        |
| 35 HONG KONG                                   | 3.829          | 6.505          | 69,9       | 42.304              | 0,7         | 40.247              | 0,6         | -4,9        |
| 36 LİTVANYA                                    | 5.550          | 5.727          | 3,2        | 51.903              | 0,8         | 39.390              | 0,6         | -24,1       |
| 37 BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ                   | 4.025          | 4.080          | 1,4        | 28.298              | 0,4         | 37.040              | 0,6         | 30,9        |
| 38 BANGLADEŞ                                   | 8.803          | 5.919          | -32,8      | 41.999              | 0,6         | 36.888              | 0,6         | -12,2       |
| 39 GÜRCİSTAN                                   | 3.947          | 5.421          | 37,3       | 34.370              | 0,5         | 36.154              | 0,5         | 5,2         |
| 40 LÜBNAN                                      | 5.394          | 5.104          | -5,4       | 36.100              | 0,6         | 35.608              | 0,5         | -1,4        |
| 41 MAKEDONYA                                   | 4.170          | 4.016          | -3,7       | 34.485              | 0,5         | 34.967              | 0,5         | 1,4         |
| 42 DANİMARKA                                   | 4.599          | 5.586          | 21,4       | 29.576              | 0,5         | 31.781              | 0,5         | 7,5         |
| 43 İSVİÇRE                                     | 4.102          | 4.686          | 14,2       | 32.403              | 0,5         | 30.881              | 0,5         | -4,7        |
| 44 BREZİLYA                                    | 5.544          | 3.764          | -32,1      | 37.085              | 0,6         | 30.704              | 0,5         | -17,2       |
| 45 BOSNA-HERSEK                                | 2.690          | 3.694          | 37,3       | 21.754              | 0,3         | 27.865              | 0,4         | 28,1        |
| 46 KIRGIZİSTAN                                 | 6.797          | 3.625          | -46,7      | 45.497              | 0,7         | 27.816              | 0,4         | -38,9       |
| 47 İSVEÇ                                       | 3.599          | 3.570          | -0,8       | 24.445              | 0,4         | 25.817              | 0,4         | 5,6         |
| 48 SLOVENYA                                    | 3.881          | 4.720          | 21,6       | 24.700              | 0,4         | 25.800              | 0,4         | 4,5         |
| 49 VIETNAM                                     | 3.078          | 3.871          | 25,8       | 25.479              | 0,4         | 24.288              | 0,4         | -4,7        |
| 50 KANADA                                      | 3.218          | 3.849          | 19,6       | 19.438              | 0,3         | 23.681              | 0,4         | 21,8        |
| <b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>                     | <b>766.637</b> | <b>809.475</b> | <b>5,6</b> | <b>5.813.656</b>    | <b>89,9</b> | <b>5.993.803</b>    | <b>90,9</b> | <b>3,1</b>  |
| <b>DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER</b>             | <b>77.180</b>  | <b>82.240</b>  | <b>6,6</b> | <b>652.020</b>      | <b>10,1</b> | <b>601.308</b>      | <b>9,1</b>  | <b>-7,8</b> |
| <b>AB (28) TOPLAMI</b>                         | <b>429.111</b> | <b>460.296</b> | <b>7,3</b> | <b>3.507.510</b>    | <b>54,2</b> | <b>3.516.976</b>    | <b>53,3</b> | <b>0,3</b>  |
| <b>TOPLAM TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI</b> | <b>843.817</b> | <b>891.715</b> | <b>5,7</b> | <b>6.465.676</b>    | <b>100</b>  | <b>6.595.112</b>    | <b>100</b>  | <b>2,0</b>  |

Kaynak: İTKİB

**TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI**

**2017 OCAK-AĞUSTOS**

| Birim: 1.000 \$                    | 2016 AĞUSTOS   | 2017 AĞUSTOS   | DEĞİŞİM %   | 2016 OCAK-AĞUSTOS | PAY %        | 2017 OCAK-AĞUSTOS | PAY %        | DEĞİŞİM %    |
|------------------------------------|----------------|----------------|-------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|
| 1 RUSYA FEDERASYONU                | 11.659         | 31.111         | 166,8       | 62.836            | 6,7          | 119.150           | 11,5         | 89,6         |
| 2 ALMANYA                          | 11.504         | 12.059         | 4,8         | 75.452            | 8,0          | 85.327            | 8,2          | 13,1         |
| 3 İRAK                             | 8.734          | 12.682         | 45,2        | 64.994            | 6,9          | 77.906            | 7,5          | 19,9         |
| 4 İTALYA                           | 4.069          | 7.517          | 84,8        | 56.085            | 5,9          | 60.382            | 5,8          | 7,7          |
| 5 BULGARİSTAN                      | 5.806          | 7.349          | 26,6        | 31.877            | 3,4          | 45.542            | 4,4          | 42,9         |
| 6 FRANSA                           | 5.894          | 8.589          | 45,7        | 42.849            | 4,5          | 42.538            | 4,1          | -0,7         |
| 7 İNGİLTERE                        | 6.419          | 7.397          | 15,2        | 37.028            | 3,9          | 38.701            | 3,7          | 4,5          |
| 8 ABD                              | 7.011          | 9.513          | 35,7        | 28.482            | 3,0          | 30.416            | 2,9          | 6,8          |
| 9 SUUDİ ARABİSTAN                  | 4.363          | 4.031          | -7,6        | 31.777            | 3,4          | 30.195            | 2,9          | -5,0         |
| 10 İSPANYA                         | 5.590          | 4.423          | -20,9       | 29.638            | 3,1          | 29.995            | 2,9          | 1,2          |
| <b>İLK 10 ÜLKE TOPLAMI</b>         | <b>71.049</b>  | <b>104.671</b> | <b>47,3</b> | <b>461.018</b>    | <b>48,8</b>  | <b>560.151</b>    | <b>54,0</b>  | <b>21,5</b>  |
| 11 ROMANYA                         | 2.764          | 3.435          | 24,3        | 21.745            | 2,3          | 25.071            | 2,4          | 15,3         |
| 12 ÇİN HALK CUMHURİYETİ            | 4.620          | 4.488          | -2,8        | 24.157            | 2,6          | 23.303            | 2,2          | -3,5         |
| 13 HOLLANDA                        | 1.948          | 2.563          | 31,6        | 24.028            | 2,5          | 21.618            | 2,1          | -10,0        |
| 14 HİNDİSTAN                       | 1.254          | 3.577          | 185,3       | 10.139            | 1,1          | 19.660            | 1,9          | 93,9         |
| 15 İSRAİL                          | 2.524          | 2.489          | -1,4        | 14.549            | 1,5          | 17.636            | 1,7          | 21,2         |
| 16 GÜNEY KORE CUMHURİYETİ          | 2.472          | 4.478          | 81,1        | 10.843            | 1,1          | 16.429            | 1,6          | 51,5         |
| 17 CEZAYİR                         | 828            | 522            | -36,9       | 15.615            | 1,7          | 12.264            | 1,2          | -21,5        |
| 18 KAZAKİSTAN                      | 2.001          | 1.977          | -1,2        | 11.961            | 1,3          | 11.419            | 1,1          | -4,5         |
| 19 İRAN (İSLAM CUM.)               | 4.787          | 841            | -82,4       | 21.365            | 2,3          | 11.085            | 1,1          | -48,1        |
| 20 HONG KONG                       | 2.677          | 2.347          | -12,3       | 13.032            | 1,4          | 10.768            | 1,0          | -17,4        |
| <b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>         | <b>96.923</b>  | <b>131.390</b> | <b>35,6</b> | <b>628.453</b>    | <b>66,5</b>  | <b>729.403</b>    | <b>70,3</b>  | <b>16,1</b>  |
| 21 AZERBAIJAN-NAHÇIVAN             | 1.208          | 1.567          | 29,8        | 12.303            | 1,3          | 10.181            | 1,0          | -17,2        |
| 22 TUNUS                           | 861            | 1.096          | 27,2        | 7.104             | 0,8          | 10.133            | 1,0          | 42,6         |
| 23 BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ       | 2.188          | 1.616          | -26,1       | 12.749            | 1,3          | 9.871             | 1,0          | -22,6        |
| 24 POLONYA                         | 1.136          | 1.557          | 37,0        | 7.340             | 0,8          | 9.730             | 0,9          | 32,6         |
| 25 SİRBİSTAN                       | 1.459          | 1.711          | 17,3        | 7.811             | 0,8          | 9.454             | 0,9          | 21,0         |
| 26 LİBYA                           | 1.036          | 1.438          | 38,8        | 9.535             | 1,0          | 8.683             | 0,8          | -8,9         |
| 27 YUNANİSTAN                      | 850            | 829            | -2,5        | 8.802             | 0,9          | 8.680             | 0,8          | -1,4         |
| 28 AVUSTURYA                       | 648            | 1.217          | 87,6        | 7.176             | 0,8          | 8.245             | 0,8          | 14,9         |
| 29 KKTC                            | 872            | 901            | 3,2         | 5.922             | 0,6          | 8.137             | 0,8          | 37,4         |
| 30 GÜRCİSTAN                       | 890            | 1.296          | 45,6        | 6.033             | 0,6          | 8.094             | 0,8          | 34,2         |
| 31 ARNAVUTLUK                      | 823            | 1.328          | 61,4        | 7.485             | 0,8          | 7.991             | 0,8          | 6,8          |
| 32 UKRAYNA                         | 1.914          | 933            | -51,2       | 10.241            | 1,1          | 7.775             | 0,7          | -24,1        |
| 33 BEYAZ RUSYA                     | 724            | 1.734          | 139,6       | 3.249             | 0,3          | 7.560             | 0,7          | 132,7        |
| 34 ESTONYA                         | 5.093          | 1.780          | -65,0       | 11.492            | 1,2          | 7.544             | 0,7          | -34,4        |
| 35 AVUSTRALYA                      | 635            | 1.016          | 60,1        | 4.191             | 0,4          | 6.907             | 0,7          | 64,8         |
| 36 SUDAN                           | 1.733          | 866            | -50,0       | 5.822             | 0,6          | 6.900             | 0,7          | 18,5         |
| 37 SLOVAKYA                        | 229            | 1.065          | 365,4       | 3.583             | 0,4          | 6.844             | 0,7          | 91,0         |
| 38 İSVEÇ                           | 2.173          | 1.682          | -22,6       | 7.799             | 0,8          | 6.796             | 0,7          | -12,9        |
| 39 PORTEKİZ                        | 432            | 493            | 14,2        | 7.015             | 0,7          | 6.574             | 0,6          | -6,3         |
| 40 YEMEN                           | 1.206          | 1.227          | 1,8         | 6.663             | 0,7          | 6.416             | 0,6          | -3,7         |
| 41 FAS                             | 442            | 716            | 62,0        | 4.653             | 0,5          | 6.082             | 0,6          | 30,7         |
| 42 TÜRKMENİSTAN                    | 729            | 876            | 20,0        | 8.131             | 0,9          | 5.675             | 0,5          | -30,2        |
| 43 SİRİYE                          | 748            | 908            | 21,4        | 4.618             | 0,5          | 5.645             | 0,5          | 22,2         |
| 44 DANIMARKA                       | 1.062          | 818            | -23,0       | 6.981             | 0,7          | 5.527             | 0,5          | -20,8        |
| 45 KIRGIZİSTAN                     | 538            | 1.129          | -           | 5.007             | 0,5          | 5.408             | 0,5          | 8,0          |
| 46 İSVİÇRE                         | 758            | 900            | 18,7        | 6.726             | 0,7          | 5.294             | 0,5          | -21,3        |
| 47 ÜRDÜN                           | 905            | 761            | -15,9       | 9.949             | 1,1          | 5.245             | 0,5          | -47,3        |
| 48 BELÇİKA                         | 1.361          | 1.090          | -19,9       | 6.826             | 0,7          | 5.211             | 0,5          | -23,7        |
| 49 KOSOVA                          | 621            | 793            | 27,7        | 4.236             | 0,4          | 5.059             | 0,5          | 19,4         |
| 50 BOSNA-HERSEK                    | 722            | 713            | -1,3        | 4.900             | 0,5          | 5.025             | 0,5          | 2,5          |
| <b>İLK 50 ÜLKE TOPLAMI</b>         | <b>130.919</b> | <b>165.447</b> | <b>26,4</b> | <b>842.794</b>    | <b>89,2</b>  | <b>946.087</b>    | <b>91,2</b>  | <b>12,3</b>  |
| <b>DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER</b> | <b>12.123</b>  | <b>13.443</b>  | <b>10,9</b> | <b>101.826</b>    | <b>10,8</b>  | <b>91.031</b>     | <b>8,8</b>   | <b>-10,6</b> |
| <b>AB (28) TOPLAMI</b>             | <b>59.797</b>  | <b>66.406</b>  | <b>11,1</b> | <b>413.679</b>    | <b>43,8</b>  | <b>434.119</b>    | <b>41,9</b>  | <b>4,9</b>   |
| <b>TOPLAM DERİ İHRACATI</b>        | <b>143.042</b> | <b>178.891</b> | <b>25,1</b> | <b>944.619</b>    | <b>100,0</b> | <b>1.037.117</b>  | <b>100,0</b> | <b>9,8</b>   |

Kaynak: İTKİB

# Patates?

Bizde 'patates' bulunmaz. Sadece en kalitelisinden çorap bulunur. **Kalite**, tedarik zincirinden satış yönetimine kadar üretim sürecimizin temel bir parçasıdır ve standarttır.

*Rapsodi®*



**CANDOSTU**

ORGAN BAĞIŞINA EVET PLATFORMU

[www.candostuplatformu.org](http://www.candostuplatformu.org)

# 'CANDOSTU' OLUR MUSUN?

Türkiye'de, 22 binin üzerinde hastanın yaşamak için yeni bir organa ihtiyacı var. 60 binden fazla insan, diyaliz makinesine mahkum olmaktan kurtulmayı umut ediyor. Onlar, 'Candostu'nu bekliyor. Organ bağışına evet de, sen de 'Candostu' ol. Yaşa, yaşat.



Sağlık Bakanlığı

FASHION AND  
APPAREL  
FEDERATION



MODA VE  
HAZIR GIYIM  
FEDERASYONU



TÜRKİYE ORGAN NAKLİ KURULUŞLARI  
KOORDİNASYON DERNEĞİ