

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde
Sektör Analizleri Projesi

DERİ, GİYİM VE AYAKKABI SEKTÖRÜ



T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü



T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları

Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi
Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü

Proje Ekibi

Bakanlık

Genel Müdür

Necmettin ERKAN

Proje Koordinatörü

Faruk ÇANKAYA, Gümrük ve Ticaret Uzmanı

Proje Ekibi

Arif Emre DOĞAN, Gümrük ve Ticaret Uzman Yrd.

Kamuran YAVUZ, Gümrük ve Ticaret Uzman Yrd.

Selda Nil GÜNER, Gümrük ve Ticaret Uzman Yrd.

Üniversite

Proje Yöneticisi

Yrd. Doç. Dr. Gökhan SAVAŞ

Proje Ekibi

Yrd. Doç. Dr. Senem ERTAN

Dr. Seval YAMAN

Dr. K. Onur UNUTULMAZ

Redaksiyon

Elif TURANLIOĞLU

ISBN: 978-605-5254-23-0

Basım Yılı: 2017

Yapım

Uluslararası Piri Reis Kültür Ajansı

Tasarım ve Uygulama: Ezgi Zorlu

Çizimler: Yeter Baysal

Kapak Tasarım: Meltem Yılmaz

Adres: Kazım Özalp Mah. Rabat Sok. No: 27/2 GOP, Çankaya/Ankara

Telefon: 0 312 446 21 56 *Genel Ağ:* www.pirireisajans.com

e-posta: info@pirireisajans.com

Baskı: Mega Basım Yayın San. ve Tic. A.Ş.

Cihangir Mah. Güvercin Cd. No:3/1 Baha İş Merkezi A Blok

Haramidere/İstanbul Sertifika No:12016

İrtibat: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü

Dumlupınar Bulvarı No: 151

(Eskişehir Yolu 9. Km.) 06800 Çankaya/ANKARA

www.gtb.gov.tr

Bu kitap T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesine hazırlattırılmıştır. Kitabın telif hakkı Bakanlığa, içerik bakımından sorumluluğu Üniversiteye aittir. Kitapta yer alan bilgiler kaynak gösterilerek kullanılabilir.



HALKBANK

Katkılarıyla...

İçindekiler

Takdim / 1
Yönetici Özeti / 3
Giriş / 5
AMAÇ VE KAPSAM / 7
Amaç / 7
Kapsam / 7
Kullanılmış Veri Toplama Yöntemleri / 9

BÖLÜM 1

SEKTÖRLER VE PROJE KAPSAMINDAKİ MESLEKLER

1.1. Tanımlar / 14
1.1.1. Esnaf ve Sanatkâr Tanımı / 14
1.1.2. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörleri / 14
1.2. Sektörlerin Tarihçesi / 17
1.2.1. Deri Sektörü / 17
1.2.2. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü / 19
1.2.3. Ayakkabı Sektörü / 21
1.3. Dünyada ve Türkiye’de Sektörü Etkileyen Önemli Gelişmeler / 22
1.4. Sektörün Dünyada ve Türkiye’de Zaman İçerisinde Karşılaştığı Sorunlar / 27
1.5. Sektörün Gelişme Eğilimleri / 30
1.6. Diğer Sektörlerle İlişkiler / 33
1.6.1. Deri ve Ayakkabı Sektörü / 33
1.6.2. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü / 35

BÖLÜM 2

SEKTÖRÜN DÜNYADAKİ YERİ

2.1. Dünyada Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü / 40
2.1.1. Tekstil ve Giyimde Uluslararası Ticaret / 40
2.1.2. Deri ve Postta Uluslararası Ticaret / 42
2.1.3. Ayakkabıda Uluslararası Ticaret / 43
2.1.4. Üretim Pratikleri ve Sektörün Küreselleşmesi / 44
2.1.5. Sektörde İstihdam Trendleri / 46

2.2. AB'de Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü / 47

2.2.1. AB'de Deri Sektörü / 47

2.2.2. AB'de Tekstil ve Giyim Sektörü / 48

2.2.3. AB'de Ayakkabı Sektörü / 49

2.2.4. AB'ye Katılım Süreci / 50

2.3. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründe KOBİ'ler ve KOBİ'lere Sağlanan Destekler / 55

BÖLÜM 3

SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

3.1. Sektördeki Esnaf ve Sanatkâr Sayıları ile İşletme Sayıları / 62

3.2. Sektörün Demografik Yapısı / 64

3.2.1. Cinsiyet / 64

3.2.2. Yaş / 65

3.3. Sektörün Eğitim Durumu / 66

3.4. Sektörün Bölgesel Dağılımı / 67

3.5. Sektörün İhracat Potansiyeli / 69

3.5.1. Deri Sektörü / 72

3.5.2. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü / 74

3.5.3. Ayakkabı Sektörü / 77

3.6. Sektörün İnsan Kaynağı Analizi / 79

3.6.1. Sektördeki İşletmelerdeki İşçi Sayıları / 80

3.6.2. Sektördeki İş Gücünün Niteliği / 83

BÖLÜM 4

SEKTÖRDE İŞE BAŞLANGIÇ SÜREÇLERİ

4.1. Vergi İşlemleri / 86

4.2. Esnaf ve Sanatkâr Sicili İşlemleri / 89

4.3. Esnaf ve Sanatkâr Odası İşlemleri / 91

4.4. Belediyeler ile ilgili İşlemler / 92

4.5. SGK ile İlgili İşlemler / 95

BÖLÜM 5

SEKTÖRDE MESLEKİ EĞİTİM SÜRELERİ VE ŞARTLARI

5.1. Çıraklık Eğitimi / 98

5.2. Mesleki ve Teknik Eğitim / 99

- 5.3. Kalfalık / 101
- 5.4. Yükseköğretim / 105
- 5.5. Mesleki Eğitim Kursları / 107
- 5.6. Belediye Meslek Edindirme Kursları / 108
- 5.7. Değerlendirme: Mesleki ve Teknik Eğitimde Şartların İyileştirilmesi ve Koordinasyon İhtiyacı / 108

BÖLÜM 6

SEKTÖRLE İLGİLİ BELGELENDİRME VE SERTİFİKASYON SÜREÇLERİ

- 6.1. TESK Ustalık Belgesi / 112
- 6.2. TESK Kalfalık Belgesi / 113
- 6.3. TESK Esnaflık Belgesi / 113
- 6.4. Mesleki Yeterlilik Belgesi / 114
- 6.5. CE Belgesi / 116

BÖLÜM 7

SEKTÖRÜ İLGİLENDİREN MEVZUAT

- 7.1. Tüm Esnaf ve Sanatkarı İlgilendiren Mevzuat / 118
 - 7.1.1. 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu / 118
 - 7.1.2. 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu / 119
 - 7.1.3. 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun / 120
 - 7.1.4. 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu / 121
 - 7.1.5. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun / 122
 - 7.1.6. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu / 123
 - 7.1.7. 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu / 123
 - 7.1.8. 4857 sayılı İş Kanunu / 124
 - 7.1.9. 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu / 124
 - 7.1.10. 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu / 127
 - 7.1.11. 213 sayılı Vergi Usul Kanunu / 128
 - 7.1.12. 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun / 128
 - 7.1.13. 4458 sayılı Gümrük Kanunu / 128
 - 7.1.14. 3100 sayılı Katma Değer Vergisi Mükelleflerinin Ödeme Kaydedici Cihazları Kullanmaları Mecburiyeti Hakkında Kanun / 129
 - 7.1.15. 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu / 129
 - 7.1.16. 10.8.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik / 133

- 7.1.17. 26.02.2016 tarihli Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik / 136
- 7.1.18. 14.02.2008 tarihli Esnaf ve Sanatkarlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Fiyat Tarifeleri Hakkında Yönetmelik / 137
- 7.1.19. 16.9.2005 Esnaf ve Sanatkar Sicili Yönetmeliği / 137
- 7.2. Sektörlere Özel Mevzuat / 138
 - 7.2.1. Ayakkabı Sektörü / 138
 - 7.2.2. Tekstil Sektörü / 140

BÖLÜM 8

SEKTÖRLE İLGİLİ KURUM VE KURULUŞLAR

- 8.1. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı / 143
 - 8.1.1. Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü / 143
 - 8.1.2. Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü / 144
 - 8.1.3. Gümrükler Muhafaza Genel Müdürlüğü / 145
 - 8.1.4. Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü / 146
 - 8.1.5. İç Ticaret Genel Müdürlüğü / 147
- 8.2. Ekonomi Bakanlığı / 147
 - 8.2.1. İhracat Genel Müdürlüğü / 148
 - 8.2.2. İthalat Genel Müdürlüğü / 149
 - 8.2.3. Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü / 150
 - 8.2.4. Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü / 151
- 8.3. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı / 152
- 8.4. Millî Eğitim Bakanlığı / 153
 - 8.4.1. Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü / 153
 - 8.4.2. Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü / 154
- 8.5. Kalkınma Bakanlığı / 155
- 8.6. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı / 155
 - 8.6.1. Çalışma Genel Müdürlüğü / 155
 - 8.6.2. İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü / 156
- 8.7. Maliye Bakanlığı / 157
- 8.8. Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları / 157
 - 8.8.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) / 157
 - 8.8.2. Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği (TESKOMB) / 157
 - 8.8.3. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) / 157

8.9. Sektörle İlgili Meslek Kuruluşları / 158

8.9.1. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) / 158

8.9.2. Türkiye Terziler, Konfeksiyoncular ve Giyim Sanatkarları Federasyonu / 160

8.9.3. Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu / 160

8.9.4. Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birlikleri (ESOB) / 160

8.9.5. Esnaf ve Sanatkarlar Odaları / 160

8.10. Sektörle ilgili Sivil Toplum Kuruluşları / 161

8.10.1. Dernekler / 161

8.10.2. Sendikalar / 161

8.11. Kurum/Kuruluşların Sektörlere Yönelik Faaliyetleri, Eylem Planları ve Projeleri / 162

8.11.1. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı / 162

8.11.2. Ekonomi Bakanlığı / 165

8.11.3. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı / 166

8.11.4. Millî Eğitim Bakanlığı / 167

8.11.5. Kalkınma Bakanlığı / 167

8.11.6. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı (KOSGEB) / 168

8.11.7. Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği / 168

BÖLÜM 9

SEKTÖRE SUNULAN TEŞVİK VE DESTEKLER

9.1. Yatırım Teşvikleri / 170

9.2. Dâhilde İşlemi Rejimi (DİR) / 173

9.3. İhracatta Devlet Destekleri / 174

9.4. KOSGEB Destekleri / 174

9.5. Krediler / 177

9.5.1. Türkiye Halk Bankası Kefaletiyle Verilen Krediler / 177

9.6. AR-GE Destekleri / 179

9.7. Kümelenme Teşvikleri / 181

9.8. Teşvik ve Destekleri Kullanmada Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri / 181

BÖLÜM 10

SEKTÖRÜN İNCELENEN ÜLKELERDEKİ DURUMU

10.1. İtalya / 186

10.2. Çin / 191

BÖLÜM 11

SEKTÖRDEKİ İYİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ

- 11.1. İyi Uygulama Örneklerinde Öne Çıkan Ortak Özellikler / 201
- 11.2. Esnaf ve Sanatkârı Büyük Şirketlerden Ayırarak Rekabette Öne Çıkarabilecek Unsurlar / 206
- 11.3. Başarılı Kümelenme Örneklerinde Öne Çıkan Özellikler / 209
- 11.4. Esnaf ve Sanatkârın Önemli Eksiklikleri / 210

BÖLÜM 12

SEKTÖRDEKİ BÜYÜK ÖLÇEKLİ FİRMALAR İLE MÜLAKATLAR

- 12.1. Dış Ticaret Sermaye Firmaları ve Esnaf / 215
- 12.2. Kurumsallaşma / 215
- 12.3. Uluslararasılaşma / 217
- 12.4. Makineleşme / 217
- 12.5. AR-GE ve Tasarım / 218
- 12.6. Markalaşma ve Reklam / 218
- 12.7. Fason Üretime Geçiş / 218
- 12.8. Mağazalaşma / 219
- 12.9. Çeşitlendirme: Pazar, Ürün, Satış Kanalı / 219
- 12.10. Ünlü Markalardan Satış Lisansı Almak / 220
- 12.11. A'dan Z'ye Üretim Zincirine Hâkimiyet / 220
- 12.12. Etkin İnsan Kaynakları Yönetimi / 221
- 12.13. Teşvik ve Krediler / 221
- 12.14. Uzmanlaşma / 221
- 12.15. Ham Maddenin Peşin Alınması / 222
- 12.16. Ortaklık Kurmak / 222

BÖLÜM 13

SEKTÖRDEKİ ESNAF VE SANATKÂR İLE MÜŞTERİLERLE YAPILAN ANKETLER

- 13.1. Esnaf ve Sanatkârlara Yönelik Anket Çalışması Sonuçları / 224
 - 13.1.1. İstihdam / 225
 - 13.1.2. İşe Başlangıç Süreçleri / 226
 - 13.1.3. Üretim / 226
 - 13.1.4. Pazarlama ve Rekabet / 227

- 13.1.5. Finansman / 227
- 13.1.6. Mevzuat, Meslek Örgütleri ve Kamu Kuruluşları ile İlişkiler / 228
- 13.1.7. Mesleğin Cazibe ve Sakıncaları / 229
- 13.1.8. Teknoloji ve Yenilik Düzeyi / 229
- 13.2. Müşterilere Yönelik Anket Çalışması Sonuçları / 229
 - 13.2.1. Müşteri Tercihleri / 230
 - 13.2.2. Müşteri Değerlendirmeleri / 231

BÖLÜM 14

SEKTÖRDEKİ ESNAF VE SANATKÂRIN KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

- 14.1. Rekabet ile İlgili Sorunlar / 234
- 14.2. Vergilendirme ile İlgili Sorunlar / 243
- 14.3. Teşvik, Destek ve Krediler ile İlgili Sorunlar / 245
- 14.4. Sosyal Güvenlik ile İlgili Sorunlar / 249
- 14.5. İşe Başlangıç Süreçleri ile ilgili Sorunlar /252
- 14.6. Mesleki Eğitim ile ilgili Sorunlar / 255
- 14.7. Mesleki Örgütlenme ile İlgili Sorunlar / 260
- 14.8. İş Sağlığı ve Güvenliği ile İlgili Sorunlar / 264
- 14.9. Maliyetler ile İlgili Sorunlar / 265
- 14.10. Diğer Sorunlar / 267
- 14.11. Sorunlara İlişkin Değerlendirme / 270

BÖLÜM 15

SEKTÖRÜN GELECEK PROJEKSİYONU

- 15.1. Türkiye'nin Deri Giyim ve Ayakkabı Sektöründe Kısa Vadeli Gelişme Eksenleri / 276
- 15.2. Türkiye'nin Deri Giyim ve Ayakkabı Sektöründe Orta Vadeli Gelişme Eksenleri / 277
- 15.3. Türkiye'nin Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründe Uzun Vadeli Gelişme Eksenleri / 278

BÖLÜM 16

SEKTÖRLE İLGİLİ ÖNERİLER

- 16.1. Esnaf ve Sanatkâr Tanımı / 280
- 16.2. Meslek Odası Yapılanması / 282

- 16.3. Karma Odalar / 282
- 16.4. Sicil İşlemleri / 283
- 16.5. Odaların Etkinliği / 283
- 16.6. Mesleki Eğitimle İlgili Öneriler / 286
- 16.7. Kayıt Dışı İstihdamla Mücadele / 287
- 16.8. Teknoloji ve İnovasyon / 288
- 16.9. Fuarlara Katılımın Desteklenmesi / 289
- 16.10. Kooperatifleşmenin Artırılması / 290
- 16.11. Esnaf Çarşıları Oluşturulması / 291
- 16.12. Yatay ve Dikey Kümelenme, Entegre Üretim Sistemi / 292
- 16.13. Kaliteli Ürün, Markalaşma, Tasarım, İnovasyon ve Teknolojiye Yönelme / 293
- 16.14. Büyük Şirketler ile KOBİ ve Esnaf-Sanatkâr İşletmelerinin İş Birliği Yapmalarını Teşvik Etme / 295
- 16.15. Meslek Tanımları ve Haritaları / 296
- 16.16. Teşvik ve Destekler / 296
- 16.17. Dış Ticaretin Kolaylaştırılması / 299

BÖLÜM 17

PROJE KAPSAMINDAKİ MESLEKLERE İLİŞKİN BULGU VE DEĞERLENDİRMELER

- 17.1. Terzilik / 302
 - 17.1.1. Mesleğin Tanımları / 302
 - 17.1.2. Mesleğin Tarihçesi / 303
 - 17.1.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 303
 - 17.1.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 303
 - 17.1.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 304
 - 17.1.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 305
 - 17.1.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri / 306
 - 17.1.3.5. Mesleğin Mali Durumu / 306
 - 17.1.4. Meslekteki Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi / 308
 - 17.1.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 308
 - 17.1.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 309
 - 17.1.7. Mesleğin SWOT Analizi / 310
 - 17.1.8. Mesleğe Özgü Sorunlar / 311
 - 17.1.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 311

17.2. Dokumacılık, Halı Kilim Dokumacılığı, Satıcılığı ve Tamirciliği / 312

17.2.1. Mesleğin Tanımları / 312

17.2.2. Mesleğin Tarihçesi / 312

17.2.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 313

17.2.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 314

17.2.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 316

17.2.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 318

17.2.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri / 319

17.2.3.5. Mesleğin Mali Durumu / 320

17.2.4. Meslekteki Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi / 324

17.2.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 324

17.2.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 324

17.2.7. Mesleğin SWOT Analizi / 325

17.2.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 326

17.3. Örgücülük ve Trikotajcılık / 327

17.3.1. Mesleğin Tanımı / 327

17.3.2. Mesleğin Tarihçesi / 328

17.3.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 328

17.3.3.1. İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 329

17.3.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 330

17.3.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 331

17.3.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri / 331

17.3.3.5. Mesleğin Mali Durumu / 332

17.3.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi / 333

17.3.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 334

17.3.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 334

17.3.7. Mesleğin SWOT Analizi / 335

17.3.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 335

17.4. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı / 336

17.4.1. Mesleğin Tanımları / 336

17.4.2. Mesleğin Tarihçesi / 337

17.4.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 339

17.4.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 339

17.4.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 340

17.4.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 341

17.4.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	342
17.4.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	342
17.4.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi /	344
17.4.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi /	345
17.4.6. Mesleğin Rekabet Analizi /	346
17.4.7. Mesleğin SWOT Analizi /	347
17.4.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları /	349
17.4.9. Mesleği İlgilendiren Mevzuat /	349
17.4.10. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler /	350
17.5. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı /	351
17.5.1. Mesleğin Tanımları /	351
17.5.2. Mesleğin Tarihçesi /	351
17.5.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri /	351
17.5.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi /	351
17.5.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı /	352
17.5.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli /	353
17.5.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	354
17.5.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	354
17.5.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi /	356
17.5.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi /	357
17.5.6. Mesleğin Rekabet Analizi /	357
17.5.7. Mesleğin SWOT Analizi /	357
17.5.8. Mesleğe Özgü Sorunlar /	358
17.5.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler /	358
17.6. Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı /	358
17.6.1. Mesleğin Tanımları /	358
17.6.2. Mesleğin Tarihçesi /	359
17.6.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri /	360
17.6.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi /	360
17.6.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı /	362
17.6.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli /	363
17.6.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	363
17.6.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	364
17.6.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi /	366

- 176.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 367
- 176.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 367
- 176.7. Mesleğin SWOT Analizi / 368
- 176.8. Mesleğe Özgü Sorunlar / 369
- 176.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 369
- 177. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma / 369
 - 177.1. Mesleğin Tanımları / 369
 - 177.2. Mesleğin Tarihçesi / 371
 - 177.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 371
 - 177.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 371
 - 177.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 372
 - 177.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 373
 - 177.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri / 374
 - 177.3.5. Mesleğin Mali Durumu / 374
 - 177.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi / 376
 - 177.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 377
 - 177.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 377
 - 177.7. Mesleğin SWOT Analizi / 378
 - 177.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 379
- 178. Deri Giyim İmal, Satıcılığı ve Tamirciliği / 379
 - 178.1. Mesleğin Tanımları / 379
 - 178.2. Mesleğin Tarihçesi / 380
 - 178.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 381
 - 178.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 382
 - 178.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 383
 - 178.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 384
 - 178.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri / 385
 - 178.3.5. Mesleğin Mali Durumu / 385
 - 178.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi / 387
 - 178.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 387
 - 178.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 388
 - 178.7. Mesleğin SWOT Analizi / 389
 - 178.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları / 390
 - 178.9. Mesleğe Özgü Sorunlar / 391
 - 178.10. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 391

17.9. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı / 391
17.9.1. Mesleğin Tanımları / 391
17.9.2. Mesleğin Tarihçesi / 392
17.9.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 393
17.9.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 393
17.9.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 394
17.9.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 395
17.9.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri / 399
17.9.3.5. Mesleğin Mali Durumu / 400
17.9.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi / 402
17.9.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 403
17.9.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 404
17.9.7. Mesleğin SWOT Analizi / 405
17.9.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları / 407
17.9.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 407
17.10. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı / 408
17.10.1. Mesleğin Tanımları / 408
17.10.2. Mesleğin Tarihçesi / 408
17.10.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 410
17.10.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi / 410
17.10.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı / 411
17.10.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli / 412
17.10.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri / 413
17.10.3.5. Mesleğin Mali Durumu / 413
17.10.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi / 415
17.10.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 416
17.10.6. Mesleğin Rekabet Analizi / 416
17.10.7. Mesleğin SWOT Analizi / 417
17.10.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 418
17.11. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı / 419
17.11.1. Mesleğin Tanımları / 419
17.11.2. Mesleğin Tarihçesi / 419

17.11.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri /	420
17.11.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi /	421
17.11.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı /	423
17.11.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli /	424
17.11.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	427
17.11.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	428
17.11.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi /	430
17.11.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi /	431
17.11.6. Mesleğin Rekabet Analizi /	431
17.11.7. Mesleğin SWOT Analizi /	432
17.11.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları /	433
17.11.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler /	434
17.12. Tuhafiyecilik /	434
17.12.1. Mesleğin Tanımı /	434
17.12.2. Mesleğin Tarihçesi /	434
17.12.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri /	435
17.12.3.1. İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi /	435
17.12.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı /	436
17.12.3.3. Dış Ticaret ve İhracat Potansiyeli /	438
17.12.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	438
17.12.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	439
17.12.4. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi /	441
17.12.5. Mesleğin Rekabet Analizi /	442
17.12.6. Mesleğin SWOT Analizi /	442
17.12.7. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler /	443
17.13.1. Çeyizlik Tekstil Eşya İmal ve Satıcılığı /	444
17.13.1. Meslek Tanımı /	444
17.13.2. Mesleğin Tarihçesi /	445
17.13.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri /	445
17.13.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi /	445
17.13.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı /	447
17.13.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli /	448

17.13.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	448
17.13.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	449
17.13.4. Meslekteki Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi /	451
17.13.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi /	451
17.13.6. Mesleğin Rekabet Analizi /	452
17.13.7. Mesleğin SWOT Analizi /	453
17.13.8. Mesleğe Özgü Sorunlar /	454
17.13.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler /	454
17.14. Yorgancılık ve Hallaçlık /	455
17.14.1. Mesleğin Tanımları /	455
17.14.2. Mesleğin Tarihçesi /	455
17.14.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri /	457
17.14.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi /	457
17.14.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı /	458
17.14.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli /	459
17.14.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	460
17.14.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	461
17.14.4. Meslekteki Üretim Eğilimi, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi /	463
17.14.5. Diğer Meslekler Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi /	464
17.14.6. Mesleği İlgilendiren Mevzuat: Kaybolmaya Yüz Tutan Meslek Kolları için Teşvikler /	465
17.14.7. Mesleğin Rekabet Analizi /	466
17.14.8. Mesleğin SWOT Analizi /	467
17.14.9. Mesleğe Özgü Sorunlar /	468
17.14.10. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler /	469
17.15. Gelinlik ve Gelinlik Aksesuarları İmal, Satıcılığı ve Kiralaması /	469
17.15.1. Mesleğin Tanımları /	469
17.15.2. Mesleğin Tarihçesi /	470
17.15.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri /	471
17.15.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi /	471
17.15.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı /	472

17.15.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli /	474
17.15.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri /	474
17.15.3.5. Mesleğin Mali Durumu /	475
17.15.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi /	477
17.15.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi /	478
17.15.6. Mesleğin Rekabet Analizi /	478
17.15.7. Mesleğin Swot Analizi /	479
17.15.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler /	480

SONUÇ

Sonuç / 484

Son Söz / 493

Tablolar Listesi / 494

Şekiller Listesi / 497

Kısaltmalar / 502

Takdim

Esnaf ve sanatkârlar; toplumun tüm kesimlerine yönelik üretimleriyle ekonomik büyümeye ve sosyal sisteme katkı sağlayan, ekonomik dinamizmin ve canlılığın kaynağını oluşturan, refahı tabana yayan, istihdama önemli bir düzeyde katkı sağlayan, bunların yanında istikrarın da temel mekanizması olarak kabul gören bir kesimdir.

Türkiye’de esnaf ve sanatkârlar; yoğun rekabet ortamına uyum sağlayamama, yeterli sermayeye sahip olmama, değişen tüketici tercihlerine hızlı cevap verememe, yatırım ve istihdam maliyetlerinin yüksek olması, işbirliği ve ortaklık kültürünün gelişmemiş olması, yenilikçilik ve teknoloji kapasitelerinin yetersiz olması, bilgi teknolojileri kullanımının yetersiz olması ve finansmana erişimde sıkıntı yaşama gibi birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar.

Esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uzun vadeli, gerçekçi, uygulanabilir ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bu amaçla esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği alanlarda çeşitli araştırma metodlarını içerir kapsamlı inceleme ve analizler yapılarak gelecek vizyonunun ve yol haritasının belirlenmesine ihtiyaç duyulmuştur.

Bu kapsamda Bakanlığımızca Türkiye Halk Bankası A.Ş. sponsorluğunda “Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri” projesi başlatılarak hayata geçirilmiştir. Söz konusu Projenin akademi, kamu ve esnaf kesiminin ortak katkısıyla bilimsel ve objektif bir nitelikte yürütülmesi maksadıyla üniversitelerden hizmet alınmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir. Bu bağlamda esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği mesleklerin 8 sektör başlığı altında toplanarak analiz edildiği Proje kapsamında, Deri Giyim ve Ayakkabı Sektörü Analizinde Bakanlığımızca Türkiye Halk Bankası A.Ş. ve Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi ile çalışılmıştır.

Deri Giyim ve Ayakkabı Sektörü Analizi kapsamında sektördeki esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşları ile kamu kurum ve kuruluşlarının katılımıyla çok sayıda odak grup toplantıları gerçekleştirilmiş, sektörde yer alan büyük şirketlerle mülakatlar ve esnaf ve sanatkârlara örnek teşkil etmesi amacıyla yerinde iyi uygulama ziyaretleri yapılmış, yurtdışı ziyaretleri ile gidilen ülkelerdeki esnaf ve sanatkârlara dair gerçekleştirilen iyi uygulamalar incelenmiş, kapsamlı bir masa başı literatür taraması yapılmış ve Türkiye genelinde esnaf ve müşteri anketleri yapılmıştır. Yapılan bu yoğun çalışmalar neticesinde sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların hâlihazırda karşı karşıya kaldığı sorunlar tespit edilmiş, bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmiş ve esnaf ve sanatkârların geleceğe yönelik yol haritalarının oluşturulması amacıyla esnaf ve sanatkârlar, meslek kuruluşları ve kamu kurumları açısından ayrı ayrı yapılması gerekenler tespit edilmiş, ihtiyaç duyulan adımların atılması hedeflenmiştir.

Bu çalışma, kamu ve üniversite işbirliği ile gerçekleştirilmiş ve bu işbirliğinin de çalışmada faydalı sonuçlar ortaya koyduğu görülmüştür. Bu çalışmanın başta esnaf ve sanatkârlarımız olmak üzere, milletimize ve ülkemize hayırlı olmasını diliyor, yoğun mesai harcayan Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğümüz çalışanlarına, Bakanlığımız ile müşterek çalışan Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi’nin kıymetli öğretim üyelerine, Deri Giyim ve Ayakkabı Sektörü Analizi Projesi kapsamında katkı sağlayan tüm kurum ve kuruluşlarla birlikte Projede yer alan tüm ekibe teşekkür ediyorum.

Bülent TUFENKÇİ
Gümrük ve Ticaret Bakanı

Yönetici Özeti

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü ile Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesinin birlikte yürüttüğü “Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörünün Analizi Projesi”nde pek çok farklı yöntemle toplanmış olan zengin, kapsamlı ve çok boyutlu veri, Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü çalışanları başta olmak üzere çeşitli kamu kurumu temsilcileriyle yakın temas içinde, araştırmacı akademisyenler tarafından büyük bir özen ve emekle analiz edilmiştir. Araştırmanın en önemli hedefi; bu sektörün ve sektörde çalışan esnaf ve sanatkarların mevcut durumlarını ortaya koymak, sorunlarını tespit etmek ve sorunların çözümüne yönelik öneriler geliştirmek, başarılı uygulamalar ve iyi örneklerden elde edilebilecek dersleri geniş kitlelerin faydasına açmak ve nihayetinde bu sektörün içindeki her bir aktör ile genel olarak Türkiye açısından daha iyi bir hâle getirilebilmesi için uygulanabilir bir vizyon ortaya koymak olmuştur. Bu rapor, proje kapsamında yapılmış olan tüm çalışmaların bir özeti mahiyetinde; böylesi bir vizyonun geliştirilmesine katkıda bulunacak bir çerçeve çizmeyi hedeflemektedir.

Raporda öncelikle, projenin amaçlarının detaylandırılmasının yanı sıra bu amaçlara ulaşmak için kullanılmış olan farklı veri toplama yöntemleri ve bunların uygulanışı hakkında bilgiler sunulmaktadır. İlk olarak sektörün ve sektörün altında yer alan ve proje kapsamındaki mesleklerin tanımlanmasının ardından, sektörün Türkiye ekonomisindeki yeri ile ilgili detaylı bilgi verilmektedir. Bu başlık altında, sektöre ilişkin istatistiki veriler, sektörün iller itibarıyla dağılımı ile ihracat potansiyeli ve mevcut ihracat faaliyetleri hakkında ulaşılabilen en güncel veriler sunularak analiz edilmektedir.

Sektörün ülke ekonomisindeki yerinin irdelenmesinin ardından, proje kapsamında uygulanmış olan veri toplama yöntemlerinin her biri; yani sırasıyla, anket, yurt dışı incelemeleri (literatür taraması ve ülke ziyaretleri), mülakat, yerinde inceleme ve odak grup toplantıları yoluyla elde edilmiş bulgular ve değerlendirmeler özetlenmektedir.

Raporun son ana bölümünde ise sektör içerisinde yer alan ve bu proje kapsamında incelenen meslekler detaylı biçimde ele alınmaktadır. Her bir mesleğin tanımlanması ve tarihsel gelişimi hakkında bilgi sunulmasının ardından, ülke ekonomisindeki yeri tartışılmıştır. Bu bağlamda, her bir meslekle ilgili istihdam ve insan kaynağı analizi, illere göre dağılım, üretim ve katma değer, dış ticaret ve ihracat potansiyeli ve kapasite kullanımıyla ilgili elde edilen en güncel verilere yer verilmektedir. Ancak, Türkiye’de mevcut ekonomik istatistiklerin meslek özel seviyesine her zaman inmediklerinin ve genelde bu tür verilerin sektörel bazda yayımlandığının altı çizilmelidir. Her bir mesleği icra eden esnaf ve sanatkar hakkında ise güncel Esnaf ve Sanatkarlar Bilgi Sistemi (ESBİS) ve SGK maliye, ithalat/ihracat verileri elde edilmiş ve kullanılmıştır.

Giriş

“Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Analizi” projesinde pek çok farklı yöntemle toplanmış olan zengin, kapsamlı ve çok boyutlu veri, Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü çalışanları başta olmak üzere çeşitli kamu kurumu temsilcileriyle yakın temas içinde, araştırmacı akademisyenler tarafından büyük bir özen ve emekle analiz edilmiştir. Aşağıda detayları aktarılan bu geniş çaplı araştırma ve analiz çalışmasının en önemli hedefi bu sektörün ve sektörde çalışan esnaf ve sanatkârların mevcut durumlarını ortaya koymak, sorunlarını tespit etmek ve çözme yönünde atılacak adımlar için öneriler sunmak, başarılı uygulamalar ve iyi örneklerden elde edilebilecek dersleri geniş kitlelerin faydasına açmak ve nihayetinde bir bütün olarak sektörlerin ve bu sektörler kapsamındaki esnaf ve sanatkârın gelişmesi için uygulanabilir bir vizyon ortaya koymak olmuştur. Bu rapor, proje kapsamında yapılmış olan tüm çalışmaların bir özeti mahiyetinde, böylesi bir vizyonun geliştirilmesine katkıda bulunacak bir çerçeve çizmeyi hedeflemektedir.

Raporda öncelikle projenin amaç ve kapsamı hakkında detaylı bir bölüm yer almaktadır. Burada, projenin amaçlarının detaylandırılmasının yanı sıra bu amaçlara ulaşmak için kullanılmış olan farklı veri toplama yöntemleri ve bunların uygulanışı hakkında bilgiler sunulacaktır. Ne tür verilerin, hangi araştırma ve veri toplama yöntemleri kullanılarak elde edildiğinin bilinmesi araştırmanın bulgu, analiz ve önerilerini değerlendirme aşamasında önemli bir gerekliliktir.

Raporun bu tanıtıcı giriş bölümünün ardından proje kapsamında yapılmış tüm çalışmalardan faydalanılarak ve gerektiğinde bu çalışmaların bulguları özetlenerek sektörün bugünü hakkında detaylı bir resim çizilecek ve geleceğine yönelik bir vizyon önerilecektir. İlk olarak sektörün ve içindeki mesleklerin tanımlanmasının ardından, sektörün Türkiye ekonomisindeki yeri ile ilgili detaylı bilgiler sunulacaktır. Bu başlık altında, sektöre ilişkin istatistiki veriler, sektörün iller itibarıyla dağılımı ile ihracat potansiyeli ve mevcut ihracat faaliyetleri hakkında ulaşılabilen en güncel veriler sunulurken analiz edilecektir.

Sektörün ülke ekonomisindeki yerinin irdelenmesinin ardından, proje kapsamında uygulanmış olan veri toplama yöntemlerinin her birisi; yani sırasıyla, anket, yurt dışı incelemeleri (literatür taraması ve ülke ziyaretleri), mülakat, yerinde inceleme ve odak grup toplantıları yoluyla elde edilmiş bulgu ve değerlendirmeler özetlenecektir. Bu çalışmaların her birisinin ayrı ayrı raporlanmış olduğu ve burada sunulandan çok daha detaylı bilgileri ulaştırmasını sağladığını da belirtmek gerekir. Bu bölüm dâhilinde ilk olarak, esnaf ve sanatkâr ile müşterilere ayrı ayrı uygulanan anketler yoluyla toplanan verilerden faydalanarak esnaf ve sanatkârın sektördeki durumu ve müşterilerin sektörle ilgili memnuniyet durumu ve beklentileri irdelenecektir. Daha sonra bütün veri toplama tekniklerinden faydalanarak

sektörün SWOT analizi yapılacak ve sektördeki güçlü ve zayıf yönler ile sektörün karşı karşıya bulunduğu fırsat ve tehditler ele alınacaktır. Bunun ardından, bu sektörün dünya ekonomisinde ve özellikle de Avrupa Birliği (AB) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ekonomilerindeki durumu, kapsamlı ikincil kaynakların taranması ve analizi yoluyla ortaya konulacaktır. Bu masa başı çalışmasına ek olarak, sektörde öne çıkan iki başarılı ülke olan İtalya ve Çin ziyaret edilmiştir. Her iki ülkede sektörün önemli kurum ve kuruluşlarının ziyaret edilmesi, mülakatlar ve yerinde gözlemler yoluyla toplanan bilgiler neticesinde oluşturulan değerlendirme ve öneriler de raporun bu bölümünde özetlenecektir.

Yurt dışındaki iyi örneklerin incelenmesine koşut olarak, Türkiye’de sektörde öne çıkan büyük şirketler ve iyi uygulama örneği olarak seçilen esnaf ve sanatkâr işletmeleri de incelenmiştir. Büyük çoğunluğu esnaf olarak iş dünyasına atıldıktan sonra büyüyerek şirketleşen firmaların sahipleriyle yapılan derinlemesine mülakatlar ile başarılı uygulamalarıyla iyi örnek olarak seçilen esnaf ve sanatkâr işletmelerinin yerinde incelenmesi sonucu elde edilen veriler, raporun izleyen bölümünde özetlenecektir. Son olarak, esnaf ve sanatkâr temsilcilerinin yanı sıra kamu kurum ve kuruluşlarından temsilcilerle yapılan çok sayıda odak grup toplantısı neticesinde elde edilen veriler raporda özetlenecektir. Bu kısımda özellikle esnaf ve sanatkârın sorunları ile bu sorunların çözülmesine yönelik atılmakta olan ve atılması gereken adımlar tartışılmaktadır.

Raporun ikinci ana başlığına geçmeden önce, sektörün tamamını ilgilendiren mevzuat ana hatlarıyla derlenip bu bölümde sunulacaktır. Özel olarak belli meslekleri ilgilendiren mevzuat ise ilgili meslek başlığı altında raporun son bölümünde ele alınacaktır. Ayrıca, sektördeki mesleklerin neredeyse tamamı için standart gereklilikler ve prosedürler içeren işe başlangıç süreçleri de yine bu kısımda ele alınacak; meslekleri ilgilendiren istisnai ya da özel uygulamalara ise ilgili meslek bahsinde yer verilecektir.

Raporun ikinci ana başlığı bütün bu çalışma ve analizlerden faydalanarak sunulacak olan sektörle ilgili değerlendirme ve önerilere ayrılmaktadır. Burada, ayakları yere basan, incelenen başarı örneklerinden feyz alan ancak ülke ekonomisinin ve esnaf ve sanatkârın kendine has gerçeklerini de hesaba katan, uygulanabilir ve dengeli bir gelecek vizyonu için atılması önerilen adımlar sıralanacaktır.

Raporun son ana bölümünde ise sektör içerisinde yer alan ve bu proje kapsamında incelenen meslekler detaylı biçimde ele alınmaktadır. Her bir mesleğin tanımlanması ve tarihsel gelişimi hakkında bilgi sunulmasının ardından, ülke ekonomisindeki yeri tartışılacaktır. Bu bağlamda, her bir meslekle ilgili istihdam ve insan kaynağı analizi, illere göre dağılım, üretim ve katma değer, dış ticaret ve ihracat potansiyeli ve kapasite kullanımıyla ilgili elde edilen en güncel verilere yer verilecektir. Ancak, Türkiye’de mevcut ekonomik istatistiklerin meslek özel seviyesine her zaman inmediklerinin ve genelde bu tür verilerin sektörel bazda yayımlandığının altı çizilmelidir. Her bir mesleği icra eden esnaf ve sanatkâr hakkında ise güncel ESBİS ve SGK, maliye, ithalat/ihracat verileri elde edilmiş ve kullanılmıştır.

AMAÇ VE KAPSAM

Amaç

Halkbank'ın sponsorluğunda Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü ile Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesinin birlikte yürüttüğü “Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Analizi Projesi”nin amacı aşağıda sıralanacak meslekler odağında deri, giyim ve ayakkabı sektörü için;

- Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumlarını, sorunlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini tespit etmek,
- Tespit edilen sorunlara çözüm önerileri geliştirmek,
- Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların rekabet gücünün artırılabilmesi için, sektördeki yurt içi ve yurt dışı iyi uygulamaların, yeni akımların, yönetsel ve teknolojik gelişmelerin tespit edilmesi,
- Bu çerçevede sektör vizyonunu ortaya koymak ve sektörü bu vizyona taşıyacak gelişme eksenlerini tanımlamaktır.

Kapsam

Belirtilen amaç doğrultusunda; aşağıdaki meslekler esas alınarak deri, giyim ve ayakkabı sektörü için, her türlü saha araştırması ve literatür incelemesinin de dâhil olduğu birincil ve ikincil verilerin elde edilmesi, analizi, değerlendirilmesi ve raporlanması işlemleri, projenin kapsamını oluşturmaktadır.

Bu kapsam dâhilinde, **sektör meslekleri bazındaki ayrıntıları** da içerir şekilde aşağıda belirtilen faaliyetler Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi tarafından gerçekleştirilmiştir:

- Sektörün **tarihsel gelişiminin** ortaya konması,
- Sektöre ilişkin **istatistikî verilerin** analizi,
- Sektördeki **mesleklerin tanımlanması**, kapsam ve sınırlarının belirlenmesi,
- Sektörün **bölgeler itibarıyla dağılımının** belirlenmesi,
- Rakipler, müşteriler, tedarikçiler, ikame ve sektöre yeni girişler bağlamında sektörün **rekabet analizinin** yapılması,
- Sektörün ülke ekonomisindeki yer ve arz ettiği önemin irdelenmesi,
- Sektörün **ihracat potansiyelinin** tespit edilmesi,
- Sektördeki **işe başlangıç süreçlerinin** ortaya konması,
- İnsan kaynağı analizinin yapılması ve **mesleki eğitim** durumunun değerlendirilmesi,
- Sektörle ilgili **belgelendirme ve sertifikasyon süreçlerinin** ele alınması,

- Sektördeki üretim eğilimlerinin ortaya konması,
- Sektörün **diğer sektörlerle ve alt sektörlerle ilişkisinin** belirlenmesi,
- Sektördeki **teknoloji kullanımı ve yenilik düzeyinin** tespiti,
- Sektörü ilgilendiren **mevzuatın** derlenmesi,
- Sektöre sunulan **teşvik ve desteklerin** tespit edilmesi,
- **AB'ye katılım sürecinin sektöre etkilerinin** irdelenmesi,
- İyi uygulama örneklerinin yerinde incelenmesi,
- Tüketicilerin sektördeki mal ve hizmetlerden **memnuniyet durumu ve beklentilerinin** tespit edilmesi,
- Sektördeki **esnaf ve sanatkârın sorunlarının** belirlenmesi,
- Sektörün **SWOT analizinin** yapılması, yapısının incelenmesi,
- Sektörle ilgili **gelecek projeksiyonu** yapılması, atılması gerekli adımların tespit edilmesi ve **eğitici materyallerin** hazırlanması,
- **Yurt dışı incelemelerin** yapılması.

Projede deri, giyim ve ayakkabı sektörleri için 16 mesleğin incelenmesi planlanmıştır. Proje kapsamındaki meslekler aşağıda sıralanmıştır:

- Tuhafiyecilik
- Terzilik
- Ayakkabı İmal ve Satıcılığı
- Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı
- Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı
- Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı
- Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği
- Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı
- Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı
- Dokumacılık
- Yorgancılık ve Hallaçlık
- İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma İşleri
- Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama
- Deri Giyim İmal, Satış ve Tamirciliği
- Örgücülük ve Trikotajcılık
- Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı

Kullanılmış Veri Toplama Yöntemleri

Yazılı Kaynakların Taranması

Çalışmanın amacı, belirlenmiş faaliyet alanları ile ilgili her türlü bilgi, veri ve istatistiği ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda; sektörlerle ilgili kitap, makale, tez, araştırma raporu, periyodik yayınlar, istatistik bültenleri, veri tabanları vb. yerli ve yabancı kaynaklar ile mevzuat taranmıştır. Ayrıca genel kullanıma açık olmayan resmî bilgi ve belgeler Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü vasıtasıyla elde edilerek kullanılmıştır. Taramalar neticesinde “Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Yurt İçi Mevcut Durum Tespiti Raporu” adı ile rapor hazırlanmıştır.

Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârlara Anket Yapılması

Anket, ülke genelinde sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara yönelik olarak %95 güven düzeyinde ve %3 kabul edilebilir hata aralığında 1100 kişiye uygulanmıştır. Anketin genel amacı sektördeki esnaf ve sanatkârın mevcut durumunun analizini yapmak ve sektördeki esnaf ve sanatkârların görüş, sorun ve önerilerini tespit etmektir. Anketin uygulanacağı kitle, bulundukları bölge ve mesleğin alt grupları dikkate alınarak belirlenmiştir. Anketi uygulayacak anketörlere 27.10.2015 tarihinde Proje Ekibi tarafından eğitim verilmiştir.

Anket çalışması, Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Gaziantep, Hatay, Mersin, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Konya, Manisa, Muğla, Sakarya, Samsun, Trabzon ve Şanlıurfa olmak üzere toplam 20 ilden 1100 esnaf ile gerçekleştirilmiştir. Bu anket ile üzerinde veri toplanan konular şunlardır:

- İstihdam
- İşe Başlangıç Süreçleri
- Üretim
- Pazarlama ve Rekabet
- Finansman
- Mevzuat
- Meslek Örgütleri ve Kamu Kuruluşları ile İlişkiler
- Mesleğin Cazibe ve Sakıncaları
- Teknoloji ve Yenilik Düzeyi

Sektörün Müşterileri ile Anket Yapılması

Anket, ülke genelinde ilgili sektörde esnaf ve sanatkârlar tarafından sunulan ürün ve hizmetlerden faydalanan müşterilere yönelik olarak %95 güven düzeyinde ve %3 kabul edilebilir hata aralığında yaklaşık 1000 kişiye uygulanmıştır. Anketin genel amacı sektörün müşterilerinin görüş, beklenti ve önerilerini tespit etmektir. Anketi uygulayacak anketörlere 27.10.2015 tarihinde Proje Ekibi tarafından eğitim verilmiştir.

Anket çalışması, Adana, Ağrı, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Erzurum, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kastamonu, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Samsun, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa, Van, Zonguldak ve Kırıkkale olmak üzere toplam 26 ilden 1000 müşteri ile gerçekleştirilmiştir. Bu anket ile üzerinde karşılaştırmalı veriler toplanan temel konular şu şekilde sıralanmıştır:

- Rekabet Analizi (Ayakkabı, Giyim, Tekstil)
- Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentiler
- Esnaf ve Sanatkârların Karşı Karşıya Olduğu Sorunlar

Sektör Temsilcileri ile Odak Grup Toplantıları Yapılması

Odak grup toplantıları sosyal bilimlerin hemen her alanında sıkça kullanılan, önde gelen niteliksel veri toplama yöntemlerinden biridir. Bu yöntemde asıl olan, katılımcıları küçük gruplara ayırarak her bir katılımcının sadece veri toplamakla ilgilenen araştırmacılarla değil, aynı zamanda kendisi gibi diğer katılımcılarla etkileşim içine girmesini sağlamaktır. Böylelikle grup dinamiklerinin hayata geçirilmesiyle araştırmacının kendisinin sormayı düşünemeyebileceği pek çok önemli verinin elde edilmesi amaçlanır.

Proje kapsamında yedisi meslek örgütleri temsilcileri ile; biri ilgili kamu kurumlarının temsilcileri ile olmak üzere toplam sekiz odak grup toplantısı gerçekleştirilmiştir. Meslek örgütleri temsilcileri ile gerçekleştirilen odaklara, toplam 217 kişi katılmış ve ilgili meslekler bir araya getirilerek 18 ayrı alt odak toplantısı yapılmıştır. Bu toplantıların 5'i Ankara'da diğerleri ise, İstanbul, Gaziantep ve Konya'da gerçekleştirilmiştir. Ankara'da gerçekleştirilen kamu kurumları odak grup toplantısına ise, ilgili kamu kurumlarından ve meslek örgütlerinden toplam (59) kişi katılım göstermiştir. Proje kapsamında yapılmış olan odak grup toplantılarının yerleri, tarihleri ve katılımcılarıyla ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda derlenmiştir.

Tablo 1. Odak Grup Toplantılarının Yerleri, Katılımcı Sayıları ve Meslekler

	Yer / Tarih	Katılımcılar	Meslekler
Birinci Odak Grup Toplantısı	Ankara 15 Haziran 2015	39 temsilci 4 masa	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Tuhafiyecilik Terzilik Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Dokumacılık
İkinci Odak Grup Toplantısı	Ankara 23 Temmuz 2015	22 temsilci 2 masa	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Yorgancılık ve Hallaçlık Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği
Üçüncü Odak Grup Toplantısı	Ankara 30 Temmuz 2015	19 temsilci 2 masa	Perde (Stor, Jaluzi, vb.) ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma İşleri Örgücülük, Trikotajcılık
Dördüncü Odak Grup Toplantısı	Ankara 10 Ağustos 2015	15 temsilci 2 masa	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Perde (Stor, Jaluzi, vb.) ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı

	Yer / Tarih	Katılımcılar	Meslekler
Beşinci Odak Grup Toplantısı	İstanbul 2 Eylül 2015	27 temsilci 4 masa	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Terzilik Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Deri Giyim İmal, Satış ve Tamirciliği Tuhafiyecilik
Altıncı Odak Grup Toplantısı	Konya 8 Eylül 2015	14 temsilci 2 masa	Yorgancılık ve Hallaçlık Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Terzilik
Yedinci Odak Grup Toplantısı	Gaziantep 15 Eylül 2015	18 temsilci 2 masa	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Terzilik Tuhafiyecilik Örgücülük ve Trikotajcılık Dokumacılık
Sekizinci Odak Grup Toplantısı	Ankara 9 Mart 2016	59 katılımcı	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı İçişleri Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Ekonomi Bakanlığı Millî Eğitim Bakanlığı Maliye Bakanlığı Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (PTT Genel Müdürlüğü) Sosyal Güvenlik Kurumu TOKİ TSE Halkbank TESKOMB KOSGEB Türkiye Belediyeler Birliği Keçiören Belediyesi Altındağ Belediyesi Ankara Umum Ayakkabıcılar Çantacılar Esnaf ve Sanatkarlar Odası İzmir Terziler ve Konfeksiyoncular Esnaf ve Sanatkarlar Odası İstanbul Tuhafiyeci Manifaturacı ve Hazır Giyim Esnaf Odası Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu

Sektördeki Büyük Ölçekli Şirketler ile Mülakatlar

Sektörde faaliyet gösteren büyük ölçekli şirketlerin başarı hikâyelerini tespit etmek, sektördeki esnaf ve sanatkârlara ilişkin tespit ve değerlendirmelerini almak, esnaf ve sanatkârlarla mevcut durumda var olan ve gelecekte hayata geçirilebilecek iş birlikleri konusundaki görüş, öneri ve sorunlarını tespit etmek ve esnaf ve sanatkârla yaşadıkları rekabetlere ilişkin görüşlerini ve bakış açılarını tespit etmek amacıyla proje kapsamında İstanbul, Ankara, De-

nizli ve Gaziantep olmak üzere 4 şehirde 8 firma ile 2015 yılı Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Bu mülakatlarla ilgili daha detaylı bilgi ve mülakatlar sonucunda geliştirilerek esnaf ve sanatkarların kullanması için önerilen 18 strateji, bu raporun ilgili başlığı altında verilmektedir.

İyi Uygulamaların Yerinde İncelenmesi

Proje Teknik Şartnamesinde belirlenen 5 alanda (yenilikçilik ve teknoloji, başarılı büyüme, ortak tedarik ve ortak pazarlama, değişim ve dönüşüm, mevzuata uygunluk veya resmî kurumlarla ortak çalışma) ikişer iyi uygulama örneğinin incelenmesi öngörülmüştür. Deri, giyim ve ayakkabı sektörünün oldukça geniş bir sektör olması ve içerisinde birbirinden farklı pek çok meslek barındırması nedeniyle proje ekibi ve Genel Müdürlük sektör analizinin daha sağlıklı yapılabilmesi için yapılan ziyaret ve yerinde incelemelerin sayısını artırmıştır. Buna bağlı olarak 4 farklı ilde toplam 18 yerinde inceleme ve 30'a yakın yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. İyi Uygulama Örneklerinin Yerlerinde İncelenmeleri sırasında işletme sahibi esnafa yarı-yapılandırılmış birer mülakat gerçekleştirilmiştir. Yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği, önceden hazırlanmış görüşme temaları ve soruları içeren bir akış çizelgesi kullanarak hem üzerinde bilgi toplanmak istenen konuların gündeme getirilmesini sağlamayı, hem de farklı tarihlerde yapılan görüşmelerin birbirleriyle anlamlı bir biçimde mukayese edilmelerini mümkün kılmayı amaçlamaktadır.

Yerinde incelenen iyi uygulamalar ile ilgili detaylı bilgiler ile incelemeler sonucunda yapılan çeşitli değerlendirmeler ve oluşturulan öneriler, bu raporun ilgili başlığı altında sunulmaktadır.

Yurt Dışı İncelemeleri

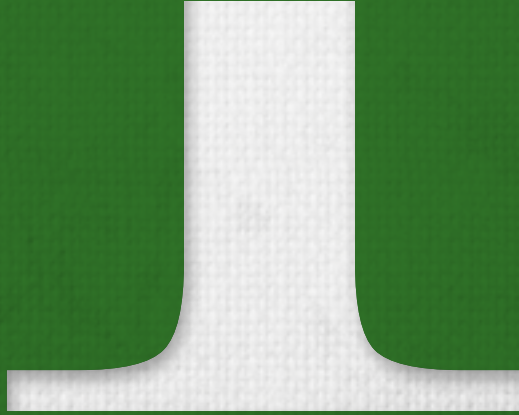
Sektörün dünyadaki ve AB'deki genel durumunu ortaya koymak; ayrıntılı incelenen ülkelerde, sektörün durumunu belirlemek; bu ülkelerde sektörde yürütülen faaliyetlere, meslek kuruluşları ve kamu kurumlarının rollerine, uygulanan mevzuatlara, kamusal desteklere vb. dair iyi örnekleri tespit etmek; bu iyi örneklerden yola çıkarak, yurt içi mevcut durum analizinde ortaya çıkan sorun ve noksanlıklara yönelik öneriler geliştirmek amacıyla **yazılı kaynakların taranması** ve ülke ziyaretleri yoluyla yurt dışı incelemeleri yapılmıştır. Bu kapsamda 16-21 Kasım 2015 tarihleri arasında İtalya, 28 Kasım-5 Aralık tarihleri arasında Çin ziyaret edilmiştir.

Yazılı kaynakların taranması ve ülke ziyaretleri hakkında daha detaylı bilgiler ile yurt dışı incelemeleri neticesinde oluşturulan değerlendirme ve öneriler bu raporun ilgili başlığında sunulmaktadır.



Bölüm 1

Sektörler ve Proje
Kapsamındaki Meslekler



1.1. Tanımlar

1.1.1. Esnaf ve Sanatkâr Tanımı

Türkiye’de esnaflık Anayasa’nın 173. maddesinde “Devlet Esnaf ve Sanatkârı koruyucu ve destekleyici tedbirleri alır” şeklinde yer almaktadır. Bu hükümden hareketle Türkiye’de esnaf ve sanatkâr, ekonominin ayrı birer aktörü olarak benimsenmiş ve örgütlenme yapıları ile bağlı oldukları mevzuat buna göre tasarlanmıştır.

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun 3. maddesinde esnaf ve sanatkâr aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“Esnaf ve sanatkâr ister gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimselerdir.”

1.1.2. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörleri

Deri, giyim ve ayakkabı sektörü emek yoğun bir sektördür. Bu sektörde üretilen ürünler moda sektörüne yönelik olarak işlenmektedir ve bu sebeple katma değer yaratan meslek dallarıdır. Bu sektörler, emek yoğun sektörler olması sebebiyle, genelde işçiliğin ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelerin yatırım yaptığı sektörler olarak değerlendirilmektedir. Fakat İtalya gibi gelişmiş ülkeler de bu sektörlerde yatırım yapmakta ve özellikle tasarım kabiliyetleriyle dünyanın sektörde önde gelen ülkeleri olabilmektedirler. Bu bağlamda bu sektörler ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalı olmakla beraber, sanayileşme sürecinin de ilk başladığı sektörlerdendir.¹

Kısaca tanımlamak gerekirse, tekstil ve hazır giyim sektörü “elyaf ve ipliği kullanım eşyasına dönüştürecek süreçleri kapsayan işlemleri içerir.”² Deri sektörü ise ayakkabı sektörünü içerecek şekilde “başta eti için kesilen hayvanlardan elde edilen ham deriler olmak üzere her türlü hayvanın derileri ve kürklerinin imalatı ile bu derilerden valiz, çanta, sandık, eldiven, kemer, koşum takımları gibi aksesuarların imalatını ve deri ve kürkten giyim ürünleri ile ayakkabı imalatı”³ olarak tanımlanmaktadır.

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun 63. maddesine göre esnaf ve sanatkâr meslek kollarını belirleme görevi Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kuruluna verilmiştir. Koordinasyon Kurulu’nun 13/06/2007 tarihli ve 1 No’lu Kararında esnaf ve sanatkârlık niteliği olan imalat ve tamiratla ilgili meslekler ile hizmetle ilgili meslek kolları belirlenerek 19 üst başlık (sektör) altında gruplandı-

¹ Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Raporu, Halkbank Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2010, http://www.riskmedakademi.com.tr/images/stories/dokumanlar/tekstil_sektor_raporu.pdf (Erişim Tarihi: 5.6.2016)

² Age.

³ Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Raporu 2015, İstanbul Sanayi Odası, http://www.iso.org.tr/sites/1/upload/files/ISO_Deri_ve_Deri_Urunleri_Imalati_Sanayi_Sektor_Raporu2_2015-3982.pdf (Erişim Tarihi: 5.6.2016)

rılmıştır.⁴ Bu proje kapsamında deri, giyim ve ayakkabı sektörü bazında incelenen meslekler aşağıdaki 3 üst başlık altında yer almaktadır. Bunlar;

- Deri ve deriden mamul eşya,
- Her türlü dokuma, giyim, mensucat ve örgülük eşya,
- Giyim ve kuşamla ilgili hizmetlerdir.

Tablo 2. Giyim ve Kuşamla İlgili Hizmetlerdeki Meslek Kolları

GİYİM VE KUŞAMLA İLGİLİ HİZMETLER	
1	Butik işletmeciliği
2	Eski Giyim ve Ev Eşyası Alım ve Satıcılığı
3	İtiryat, Parfümeri ve Bijuteri Satıcılığı
4	Kumaş Boyama
5	Manifaturacılık
6	Modelistlik-Stilistlik
7	Overlokçuluk
8	Pamukçuluk
9	Terzi Malzemesi Satıcılığı
10	Tuhafiyecilik
11	Üstübücülük

Tablo 3. Deri ve Deriden Mamul Eşya ile İlgili Meslek Kolları

DERİ VE DERİDEN MAMUL EŞYA	
1	Ayakkabı Modelciliği
2	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı
3	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı
4	Ayakkabı Yardımcı Malzemeleri İmal ve Satıcılığı
5	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı
6	Çarık, Yemeni, Mest vb. İmal ve Satıcılığı
7	Deri Boyacılığı
8	Deri Eşya İmal, Satış ve Tamirciliği
9	Deri Taşçılığı
10	Deri ve Post Alım-Satımı
11	Kavafılık
12	Köşgerlik, Saraçlık, Sayacılık
13	Suni Deri Satıcılığı
14	Tabaklama (Debbağ)
15	Terlik İmal, Satış ve Tamirciliği

⁴ Esnaf ve Sanatkar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunun 2 No'lu Kararı 21/05/2016 tarih ve 29718 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış olup 21/11/2016 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Söz konusu kararda, 1 No'lu karardaki meslek kolları yeniden düzenlenerek 17 üst başlık (sektör) altında 307 adet meslek kolu esnaf ve sanatkarlık faaliyeti olarak belirlenmiştir.

Tablo 4. Her Türlü Dokuma, Giyim, Mensucat ve Örgülük Eşya ile İlgili Meslek Kolları

HER TÜRLÜ DOKUMA, GİYİM, MENSUCAT VE ÖRGÜLÜK EŞYA	
1	Aba İmal ve Satıcılığı
2	Apreleme ve Kaşarlama
3	Balık Ağı ve Ağ İmal ve Satıcılığı
4	Battaniye İmal ve Satıcılığı
5	Bebe ve Çocuk Konfeksiyonu İmal ve Satıcılığı
6	Cenaze Levazımcılığı
7	Çadır İmal, Satış ve Tamirciliği
8	Çaput Pala Dokumacılığı ve Satıcılığı
9	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı
10	Çırçır Topu İmal ve Satıcılığı
11	Çırçır ve Çolkar Makinesi İşletmeciliği
12	Çorap İmal ve Satıcılığı
13	Çuval İmal ve Satıcılığı
14	Deri Giyim İmal, Satış ve Tamirciliği
15	Dokumacılık
16	Düğme, Tarak, Toka, Boncuk İmal ve Satıcılığı
17	Eldiven ve Atkı İmal ve Satıcılığı
18	Fermuar, Çıtçıt İmal ve Satıcılığı
19	Fisto, Dantel, Gipür, Oya İmal ve Satıcılığı
20	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama
21	Gömlek İmal ve Satıcılığı
22	Halat, Urgan, İp, Sicim İmal ve Satıcılığı
23	Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği
24	Havlu, Bornoz İmal ve Satıcılığı
25	Her Türlü Fitil İmal ve Satıcılığı
26	İç Çamaşırı İmal ve Satıcılığı
27	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma İşleri
28	Karnetçilik
29	Kolan Eşya (Yassı Kemer) İmal ve Satıcılığı
30	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı
31	Koza, Çırçır, İp, Boya İmalciliği
32	Kumaşçılık
33	Kürk İmal, Satış ve Tamirciliği
34	Nevresim, Çarşaf İmal ve Satıcılığı
35	Orlon, Yün, İplik vb. Boyacılığı, İmal ve Satıcılığı
36	Örgücülük ve Trikotajcılık
37	Paspas İmal ve Satıcılığı
38	Penye İmal ve Satıcılığı
39	Perde (Stor, Jaluzi, vb.) ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı
40	Şapka İmal ve Satıcılığı

41	Şemsiye İmal, Tamir ve Satıcılığı
42	Takı Tasarımı, İmal ve Satıcılığı
43	Tekstil Baskıcılığı
44	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı
45	Terzi Malzemeleri Satıcılığı
46	Terzilik
47	Tiftikçilik, Yüncülük
48	Velense Dokuma Eşya İmal ve Satıcılığı
49	Yağmurluk ve Naylon Giyim Eşyası İmal ve Satıcılığı
50	Yazma İmal ve Satıcılığı
51	Yorgancılık ve Hallaçlık

Deri Giyim ve Ayakkabı Sektörü Analizi Projesi'ne yukarıdaki meslek dallarının hepsi dâhil edilmemiştir. İlgili sektörlerdeki 77 meslek kolundan 16 tanesi Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü tarafından seçilerek proje kapsamına alınmıştır. Proje kapsamında yer alan meslekler aşağıda listelenmiştir:

Tablo 5. Proje Kapsamında Yer Alan Meslekler

	MESLEK ADI
1	Terzilik
2	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı
3	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı
4	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı
5	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı
6	Halı, Kilim Dokumacılığı, Satıcılığı ve Tamirciliği
7	Çeyizlik Tekstil Eşya İmal ve Satıcılığı
8	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı
9	Dokumacılık
10	Yorgancılık ve Hallaçlık
11	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma
12	Gelinlik ve Gelinlik Aksesuarları İmal, Satıcılığı ve Kiralaması
13	Deri Giyim İmal, Satıcılığı ve Tamirciliği
14	Örgücülük ve Trikotajcılık
15	Konfeksiyon İmal
16	Terzilik

1.2. Sektörlerin Tarihçesi

1.2.1. Deri Sektörü

MÖ 3000 yıllarında ortaya çıkarak büyük bir imparatorluk kuran Hititler, Anadolu deri üretim merkezi olarak kabul edilmektedir. Eski çağlarda alüminyum ile tabaklama sanatının çok gelişmiş olduğu görülmektedir. Aynı zamanda bitkisel sepi maddeleri de bu dönemde

oldukça yaygın olarak kullanılmıştır. Bitkisel tabaklama Anadolu'dan Girit'e oradan da Yunanlılara kadar ulaşmıştır. Bunun bir göstergesi olarak, MÖ 1650 yıllarında Girit Adası'nın güney kıyılarındaki kazılardan çıkartılan bir kap örnek verilebilir. Bu kabın üzerinde yer alan üç prensten her birinin üzerinde, fil derisinden bitkisel tabaklamaya tabi tutulmuş giysiler bulunmuştur. Ayrıca, eski Yunan eserlerinde, İyonluların oldukça kaliteli sağlam deriler yaptıklarından söz edilmektedir. Bu dönemlerde deri giysi ve sandaletlerin toplum hayatında çok önemli bir yere sahip olduğunun bir kanıtı da, MÖ 2800 yılına ait bir mezar da yapılan kazılarda deri parçaları bulunmasıdır.⁵

Yapılan çalışmalar ve incelenen tarihsel belgeler ışında, özellikle Şanlıurfa, Diyarbakır ve Van illerinin bulunduğu bölgelerde eski çağlarda dericiliğin çok ileri olduğu anlaşılmaktadır. Bu toprakları bünyesinde bulunduran Selçuklular ve Osmanlılar da deri sektörüne önemli katkılarda bulunmuşlardır. Fatih Sultan Mehmet 1463 yılında Saraçhane-i Kebir adıyla bir İstanbul saraçhanesi yaptırmıştır. Çıkardığı fermanla başka yerlerde çalışan saraçlar buraya getirilmiş, yalnızca bu bölgede üretimin ve ticaretin yapılacağı bildirilmiştir. Anlaşılacağı üzere bugünlere kadar gelen dericilik geleneği Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u almasıyla başlamıştır. Fetih sonrasında Kazlıçeşme'de 33 salhane ve 360 tabakhaneden oluşan bir bölge kurulmuştur.⁶

Türkiye'de dericilik Osmanlı İmparatorluğu'nun yükseliş döneminde çok gelişmiş, 16. ve 17. yüzyıllarda en parlak devrini yaşamıştır. Savaş gereçlerinin büyük bir kısmı, savaş elbiseleri, deri hurçlar, çok sayıda kitap cildi, ordunun ayakkabı üretimi deriden yapılmıştır. 18. yüzyılda Avrupa pazarları, işlenmiş Türk derilerini tercih eder olmuşlardır. Fransa ve İngiltere'den deri işleme sanatını öğrenmek üzere bazı kimselerin Türkiye'ye geldikleri bilinmektedir. 18. yüzyılda hızla gelişen Türk dericiliği Avrupa pazarlarında büyük ilgi görmesine karşın, teknolojiye ayak uyduramadığından bu durumunu koruyamamıştır.⁷

Türk deri sanayi çok eski ve köklü yapıya sahip olmasına rağmen, Cumhuriyet'in ilk yıllarında babadan oğula geçen ve lonca karakterini muhafaza eden bir iş kolu olarak varlığını devam ettirmiştir. 1924 tarihinde İzmir İktisat Kongresi'nde deri sektörü, tekstil gibi önemli bir sanayi kolu olarak kabul edilmiştir. 1960'lı yıllarda dışa açılma hazırlıkları başlamıştır. 1975'te ilk ihracat Avrupa'ya, özellikle Almanya'ya gerçekleştirilmiştir. Dış ticaretteki liberal politikaların uygulamaya konulmasıyla sektör gelişmeye başlamış ve özellikle Sovyetler Birliği'nin dağılması ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan sistem değişiklikleri sonucunda bu bölgelerle olan ticaret artmıştır. Özellikle bavul yoluyla yapılan bu ticarete "bavul ticareti" denilmiş; bahsi geçen ülkelerin deri ürünlerine olan taleplerinin büyük bir kısmı karşılanmış ve Türkiye'ye net döviz girdisi sağlayan önemli sanayi kollarından biri hâline gelmiştir. Bu süreç aynı zamanda deri üretiminin tüm Anadolu'ya yayılmasını sağlamış; deri sektörü yurt dışına teknoloji ihraç edebilecek düzeye erişmiştir.⁸

⁵ Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, "Deri ve Deri Ürünleri Sektörü Raporu", Aralık 2012. <http://www.baka.org.tr/uploads/1357649193DERİ-SEKTÖRÜ-RAPORU-5ARALIK.pdf> (Erişim Tarihi: 3.4.2016)

⁶ İstanbul Sanayi Odası, "Deri ve Deri Ürünleri, Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayi ve Suni Deri Sektörü", Şubat 2014. www.iso.org.tr/Sites/1/content/pdf/sector-raporlari/Deri.pdf (Erişim Tarihi: 3.4.2016)

⁷ Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, "Deri ve Deri Ürünleri Sektörü Raporu", Aralık 2012.

⁸ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, "Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu", 2014.

1980-1985 yılları arasında deri üretim merkezi olan Avrupa'nın çeşitli nedenlerle deri sektörünü az gelişmiş ülkelere kaydırması, Türkiye'de deri sanayinin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. 1980 sonrasında ithal ikamesi modelinden ihracata yönelik modele geçen Türkiye'de, ihracat ağırlıklı bir sektör olan deri sanayi hızla ilerlemeye ve dış ticaret içinde pay sahibi olmaya başlamıştır. Özellikle çevreye etkisi nedeniyle deri üretimleri, organize sanayi bölgelerine taşınmıştır. 1991'de Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla tüketim mallarına ihtiyacın had safhaya çıktığı dönem, sektörün en hızlı büyüdüğü dönem olmuştur. Bu noktada, daha önceki tecrübeler ve sektörün esnek yapısı Türkiye'yi deri işleme ve giyim sektöründe dünya birincisi yapmıştır.⁹

Sektörün hızlı bir şekilde gelişmesi 1997 yılı sonlarına kadar sürmüştür. 1997 yılı sonlarında Uzak Doğu ülkelerinde başlayan ve dünyayı kısa sürede etkileyen krizin yanı sıra, ihracattaki en büyük pazar olan Rusya Federasyonu'nda 1998 yılında yaşanan ekonomik kriz de sektörü olumsuz yönde etkilemiştir. Rusya pazarının etkisiyle kürklük deriye artan talep, dünya fiyatlarının artmasına paralel olarak kalitenin bozulmasına yol açmış; bu durum, Türkiye'deki üreticilerin ürün kalitelerini olumsuz etkilemiştir. Bu dönemde ortaya çıkan ve sektörü ilgilendiren bazı sorunlar aşağıda belirtilmektedir:

- Rusya'nın yüksek talebinden kaynaklanan hızlı ve plansız büyüme ile yatırım harcamalarının artması, döner sermaye olanaklarının azalması,
- Rusya'daki büyük talebin, sektörü tamamen bu pazara yöneltmesi; yılların emeğiyle kazanılan Avrupa ve diğer pazarların ihmal edilmesi,
- Yeni girişimcilerle birlikte sanayici profilinde nitelik kaybı yaşanması.

Tek pazara bağımlı hâle gelen ve aşırı yatırım yapan Türkiye deri sanayicisi, Ağustos 1998'de Rusya'da meydana gelen ekonomik krizi çok yakından hissetmiştir. Krizin sezon başına rastlaması nedeniyle yüksek fiyatlardan alınan ve ihracat geliriyle geri ödemesi düşünülen borçlar ödenemez konuma gelmiş ve deri sektörü ağır bir krizin içine düşmüştür.¹⁰

1.2.2. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Dünyanın en eski yerleşim alanlarından olan Anadolu'da tekstil ve hazır giyim üretimi yaklaşık 3 bin yıl öncesine dayanmaktadır. Tekstilin bir sanayi kolu olarak ortaya çıkması ise Sanayi Devrimi ile İngiltere'de başlamıştır. 18. yüzyılın ikinci yarısında mekanik iplik eğirme yöntemleri geliştirilmiştir. Ticari bir kullanıma sahip olan ilk mekanik dokuma tezgâhını İngiliz din adamı Edward Cartwright 1785'te gerçekleştirmiş ve patentini almıştır. Üretim tekniklerindeki gelişmeye paralel olarak sırasıyla su, buhar ve elektrik kullanılarak çalışan tesislerde tekstil üretimi gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Daha sonra desen tekniği ve moda endüstrisinin de önem kazanmasıyla Fransa, ABD ve İtalya'da bu sanayi gelişmiştir. 1830'da dikiş makinesinin, 1900'lerde sentetik elyafların geliştirilmesi, ayrıca, tekstil kimyası ve

⁹ İstanbul Sanayi Odası, "Deri ve Deri Ürünleri, Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayi ve Suni Deri Sektörü", Şubat 2014.

¹⁰ İstanbul Sanayi Odası, "Deri ve Deri Ürünleri, Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayi ve Suni Deri Sektörü", Şubat 2014.

makinesi alanlarındaki çeşitli gelişmelerle tekstil ve hazır giyim sanayisi gelişimini sürdürmüştür.¹¹

Giyim sektörünün oldukça köklü bir tarihe sahip olduğu düşünüldüğünde, bu tarihsel süreç içerisinde Türk toplumlarının oldukça önemli katkıları vardır. Türkler ve diğer Anadolu medeniyetlerinin sektöre yapmış olduğu katkılar Hitit ve Asur dönemlerine kadar uzanmaktadır.¹²

Frigyalılar ile birlikte tiftik dokumaları ön plana çıkmıştır. Anadolu'da giyim üretimi 3 bin yılı aşkın süredir önemli bir ticaret alanı olarak bilinmektedir. Kaşgarlı Mahmut tarafından 11. yüzyılda yazılan Türkçe sözlükte, pamuklu dokumanın karşılığı olarak kullanılan “böz” veya “bez” kelimesi günümüze kadar gelmiştir. Yine gündelik kullanım için üretilen kaba pamuklulara verilen “kirbas”, ince pamuklular için kullanılan “dülbent” kelimeleri hâlâ güncelliğini korumaktadır. İran ve Suriye'nin farklı dokumalarıyla ünlü bölgeleriyle yapılan ticaretin sonucunda buralardan da yeni teknikler, kumaş çeşitleri zamanla Anadolu'ya aktarılmıştır. Asya'dan gelen Türk, Tatar, Moğol ve diğer kavimlerin göçleriyle Anadolu ve yakın coğrafyasına yerleşen topluluklar, geçmişten gelen bu üretim tekniklerini zaman içinde geliştirmişlerdir. Selçuklular ve ardından gelen Osmanlılar Dönemi'nde, özellikle ipek ve ipekli dokuma, en önemli ticaret maddesi hâline gelmiştir.¹³

13. yüzyıl başlarından itibaren Anadolu'da üretilen halı (kali), kilim ve ipekli dokumaların dünyanın çeşitli bölgelerine gönderildiği tarihi kayıtlardan anlaşılmaktadır. Örneğin, 14. yüzyıla ilişkin belgelerde, Bursa'daki ipekli dokuma tezgâhı sayısının bine ulaştığı saptanmıştır. Aynı dönemlerde, İtalya'da da ipekli dokuma üretildiği bilinmektedir; ancak ilginç olan bulgulardan biri İtalyan dokumacıların, Anadolu'dan gelen ipekli dokumaları taklit etmeleridir. İpekli, pamukluların dışında zamanla yün, kenevir ve ketenden üretilen dokumaların da çeşitli kentlerde birer sanayi dalına dönüştüğü gözlenmiştir. Kirbas ve tülbent üretiminde Kastamonu, Amasya, Tokat, Çorum, Burdur, Isparta, Konya, Karaman, Kayseri, Tire, Bergama, Denizli, Menemen, Akhisar ve Nazilli, öne çıkan kentler olmuştur.¹⁴

Ağırlıklı olarak Ege ve Akdeniz Bölgesi'ne yayılan Türkmen kabilelerinin (Yörük) kilim ve halıları 13. yüzyıldan başlayarak çok aranan ürünler hâline gelmiştir. Ancak zamanla halı üretiminde Uşak en ünlü kent olarak tanınmıştır. Halı ihracatı yalnız Avrupa ülkelerine değil, Arap Yarımadası'na da yoğun olarak gerçekleştirilmiştir. 14. yüzyılda ünlü Arap gezgini İbn Batuta ve Abu'l-Fida, Aksaray halılarından övgüyle söz etmişlerdir. Bir dönem (17-18. yüzyıl) Hindistan'dan gelen pamuklu dokumaların Anadolu'ya yayıldığı ve aranan

¹¹ Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, “Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu”, 2014. <http://www.oka.org.tr/Documents/tekstil%20ve%20hazir%20giyim%20sektor%20raporu.pdf> (Erişim Tarihi: 3.5.2016)

¹² Eraslan İ. Hakkı, Bakan İsmail, Helvacıoğlu Kuyucu Aslı Deniz, “Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl 7, Sayı 13, Bahar 2008, s.266.

¹³ Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu, “Tekstil Sektörünün Kısa Tarihi”, <http://disktekstil.org/tekstil-sektorunun-kisa-tarihi.html> (Erişim Tarihi: 26.4.2016)

¹⁴ “Türkiye’de Tekstil”, https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_tekstil (Erişim Tarihi: 24.4.2016); Akın, Fethullah, Türkiye’de Tekstil Hazır Giyim Sektörü ve Ücretler, Teksif Eğitim Yayınları, 2011, s.25.

bir kumaş türü hâline geldiği döneme ilişkin kayıtlarda görülmektedir. Ancak bu etki fazla sürmemiş, Anadolu'daki dokuma ustaları, Hint kumaşlarının benzerlerini üreterek eski güçlerine kavuşmuşlardır.¹⁵

1.2.3. Ayakkabı Sektörü

Ayakkabının ilk olarak, sandalet tipinde sıcak ülkelerde ortaya çıktığı tahmin edilmektedir. Bu tip ilk ayakkabalara Mısır mezarlarında rastlanmıştır. Orta Doğu'da ise ayağın sıcak kumlardan korunması amacıyla ayakkabalara topuk yapılmıştır. Avrupa'da, 11. ve 15. yüzyıllar arasında sivri burunlu ayakkabılar kullanılırken, 16. ve 17. yüzyıllarda ayakkabılar topuklu yapılmış ve bu topuklar kırmızıya boyanmıştır. 17. yüzyılda yüksek topuklu uzun çizmeler giymeye başlanmış, dantelli çorapların görünmesi için çizmelerin üst kenarları dışa doğru kıvrılmıştır. 1660'tan sonra siyah üzeri bağcıklı ya da tokalı kalkık kare burunlu ayakkabılar, çizmenin yerini almıştır. 18. yüzyıla kadar kadın ve erkek ayakkabıları arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Ayrıca, sağ ve sol ayaklar için ayrı ayakkabılar tasarlanması, 19. yüzyılda Philadelphia kentinde gerçekleşmiştir.¹⁶

Ülkemizdeki ayakkabı tarihine bakıldığında, kaynaklara göre ilk ayakkabı Hititlerde görülmektedir. Hititler, Anadolu'da yaygın olarak kullanılan çarığa benzer kalkık burunlu tahta ayakkabılar giymişlerdir. "Çarık" sözcüğü Hititlerin ayakkabılarına verdikleri addır. Asurlular bütün binici halklar gibi çizme giymişler; Yunanlılar ise, bildiğimiz sandaletlerin yanı sıra bot tipi ayakkabılar da kullanmışlardır. Aynı tip ayakkabıları Romalılar da giymiştir. Ayrıca Romalılarda ayakkabı modelleri giderek zenginleşip çeşitlenmeye başlamıştır. Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde ordunun, yönetici sınıfların ve kentli halkın gereksinimlerini karşılamak üzere zamanla ayakkabı çeşitleri çoğalmış ve ayakkabıcılık çok gelişmiştir. Diğer zanaatçıların olduğu gibi ayakkabıcıların da bir esnaf örgütlenmesi bulunmaktaydı. Lonca adı verilen bu örgütlenme, üretilen ayakkabıların niteliğini denetlemekteydi. Ayakkabı satıcıları için kullanılan "kavaf" sözcüğü zamanla yapımcıları da kapsamış; kavaf çizmeci, yemenici, nalıncı, terlikçi ve pabuççu gibi adlar almıştır. Osmanlı toplumunda ayakkabı, giyenlerin toplumsal konumuna ve mesleğine göre çeşitlilik göstermekteydi. Ev içinde yüzleri atlas ve kadife gibi kumaşlardan yapılmış üzerleri sırmayla işlenmiş hafif ayakkabı ve terlikler giyilirken, dışarıda deri ayakkabı ve çizmeler kullanılıyordu. İnce bir zevkle ve hünlerle işlenmiş bu deri ayakkabı ve çizmeler, bugün Topkapı Sarayı Müzesi'nde sergilenmektedir.

Osmanlı Dönemi'ndeki ayakkabılar yapıldıkları malzemeye, biçimlerine ve kullanıldıkları yere göre farklı adlar alırdı. Başmak, cimcime, çapula çizme, yarım çizme, çedik, çedik pabuç, edik, fotin, galoş, mest, kalçın kundura, merkub, nalın, sandal, terlik, tomak, yemeni başlıca ayakkabı çeşitleriydi. Genellikle alçak ökçeli ya da ökçesiz yumuşak deriden yapılan rahat ayakkabılar tercih edilirdi. Dışarıda giyilen ayakkabılardan bazıları mest-ayak-

¹⁵ Dicle Kalkınma Ajansı, "Hazır Giyim Sanayii Sektör Analizi", 2011. http://www.dika.org.tr/photos/files/batman-hazir%20giyim%20rapor_1.pdf (Erişim Tarihi: 15.5.2016)

¹⁶ Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, "Ayakkabıcılık Sektör Raporu", 2014. http://www.dogaka.gov.tr/Ice-rik/Dosya/www.dogaka.gov.tr_522_CS1N16KJ_Ayakkabıcılık-Sektor-Raporu-2014.pdf (Erişim Tarihi: 15.5.2016)

kabı gibi iki parçadan oluşurdu. Ayağa giyilen mestin üzerine, onu yağmur ve çamurdan korumak amacıyla önceleri ayakkabı, sonraları da lastik giyildi. Şoson ya da galoş denen lastik ayakkabının içine geçirilerek giyilen mestler, özellikle namazlarını camilerde kılanlar tarafından kullanılırdı.

16. ve 18. yüzyıllarda İstanbul, Edirne ve Bursa'da ayakkabıcılık çok gelişti. 19. yüzyıl sonlarına kadar Türkiye'de ayakkabı yapımı, tümüyle el işçiliğine dayanıyordu. Beykoz'daki deri fabrikasına 1884'te ayakkabı yapım bölümü eklendi. 1920'lerde İstanbul'daki ayakkabıcı esnaf ve sanatkarları, Dersaadet ve Biladî Selase (İstanbul) Ayakkabıcı Esnafı Cemiyetini kurdu; Cemiyetin ilk kongresi 18.03.1921 tarihinde gerçekleşti. 1933'te Sümerbank'a devredilen Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası, makineli üretimin yapıldığı önemli bir yerdi. Cumhuriyet'in ilanından 1950'ye kadarki dönem ise, ısmarlama ayakkabı dönemi olarak adlandırılır. Bu dönemde, üretimin tamamı el emeğine dayandığından, üretim miktarı sınırlıydı. Sırt makinesinden başka makine olmadığından her iş basit aletlerle elde yapılmaktaydı. 1950'lerden itibaren nüfus artışı, şehirleşme ve gelir artışına bağlı olarak ayakkabı talebinde de artış başladı. Makineleşmeye yönelen ayakkabıcılıkta üretim, önceki döneme göre birkaç katına çıksa da kitle üretimine geçiş mümkün olmadı.

1975 yılından sonra ayakkabı sanayisi gelişme yoluna girdi. Özellikle makinaya dayalı üretim tesislerinin çoğalması, ihracatta gerçekleştirilen artış ve devletle ilişkilerin geliştirilmesi bu döneme rastlamaktadır. 1980'li yıllarda ise ülkemizde uygulanmaya başlanan liberal ekonomi politikaları ve ithalatın kolaylaşması, çoğu sektör gibi, ayakkabı sektöründe de bir zorlama yarattı. Tüm dünya ayakkabı sanayisinde olduğu gibi Türkiye'deki üreticiler de fiyat ve maliyetlerin baskısı ile yoğun bir rekabet ortamı içine girdi. Bu koşullar ülkemizde ayakkabı üretimini, atölyelerden fabrikalara doğru genişlemeye itti. 1995 yılında AB ile imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması, tamamı orta ve küçük boy işletmelerden oluşan sektörü atılım yapmaya zorladı. Bütün bu koşullar, ayakkabı sektöründe yeni yatırımlara, yabancı firmalarla iş birliği gibi yeni yapılanmalara yol açtı. Son yıllara kadar iç tüketime yönelik olan işletmelerin ihracata yöneldiği görülmektedir. Bugün ülkemiz ayakkabı sanayisi 30 bin kadarı ayakkabı üreticisi, diğerleri ise bunlara malzeme sağlayan veya ayakkabı pazarlayan toplam 50 bin civarında işletmeyi kapsayan ve yılda yaklaşık 250 milyon çift ayakkabının üretilbildiği, ayrıca dünya ihracatındaki payı sürekli artış içinde bulunan bir konumdadır.¹⁷

1.3. Dünyada ve Türkiye'de Sektörü Etkileyen Önemli Gelişmeler

Uluslararası istatistiklere göre kişi başına yılda ortalama iki çift ayakkabının kullanıldığı kabul edilmektedir. Ayakkabı tiplerine göre deri, en popüler ve en yaygın ayakkabı malzemesidir. Deri ayakkabılar, toplam içinde %40'lık bir paya sahiptir. Dünyada bu ayakkabıların %50'si Asya, %20'si Avrupa, %18'i Amerika ve %12'si de diğer bölgelerde üretilmektedir. Spor ayakkabıların üretimi, artık salt spor yapma amacı dışında, günlük ihtiyaçlar ya da moda kaygısı ile de kullanıldığından artmıştır. Üretim adedi toplam ayakkabı üretiminin %20'sine yakındır. Üretimin %80'i Asya ülkeleri tarafından yapılmaktadır. İş ayakkabıları ise, ayakkabı toplam üretimi içinde sadece %2'lik bir paya sahiptir. Bu rakama, çelik bu-

¹⁷ Çukurova Kalkınma Ajansı, "Ayakkabı İmalatı Sektör Raporu", Kasım 2014.

runlu koruyucu ayakkabıların yanında diğer unsurları ile standart ayakkabıdan farklılaşan (elektrik izolasyonu veya benzine dayanıklılık gibi) ayakkabılar da dâhildir.

Dünya ayakkabı üretiminin %87'si Asya ülkeleri tarafından karşılanmaktadır. Çin, Asya kıtasının söz konusu üretiminin yaklaşık %70'ini gerçekleştirmektedir. Dünya ayakkabı üretiminde sırasıyla Hindistan, Brezilya, Vietnam, Endonezya, Pakistan, Bangladeş, Meksika, Tayland, İtalya ve Türkiye söz sahibi ülkeler arasında yer almaktadır. Ayakkabı ihracatında Türkiye 11. sırada yer almaktadır. Dünya ayakkabı üretiminde ve ihracatında açık ara önde olan Çin'in, dünya ayakkabı üretimindeki %60'lık payı ile sektördeki iş gücünün %53'ünü istihdam ettiği tahmin edilmektedir. Çin ekseriyetle orta ve düşük kalite ayakkabı üretimiyle en büyük üretici konumundadır. Üretimin önemli bir kısmı birçok ürünün imalatında dünyanın fabrikası olarak nitelendirilen Dongguan Bölgesi'nde gerçekleştirilmektedir. Son on yılda üretiminde %30'luk bir büyüme gerçekleştiren Chendau ise, bir diğer önemli üretim merkezidir. Özellikle kadın ayakkabı üretiminde öne çıkan bu bölgede bulunan 1.500 ayakkabı imalatçısı tarafından üretilen ayakkabıların %70'i, 100'ün üzerinde ülkeye ihraç edilmektedir. Çin aynı zamanda, büyük üretim kapasitesi ve düşük iş gücü maliyet avantajları ile başta ABD'li yatırımcılar olmak üzere, ayakkabı imalatı yatırımları için cazip bir ülke konumundadır.

AB, yaklaşık 50 milyar avro değerindeki 3,1 milyar çift ayakkabı tüketimiyle bu alanda dünyada birinci sıradadır. Amerika Birleşik Devletleri ise 2,3 milyar çift ayakkabı tüketimi ile bu sektördeki en büyük ithalatçı ülke konumundadır. AB ülkelerinde kişi başına yıllık ortalama 4,2 çift (100 avro) ile, 3 çift olan dünya ortalamasının üzerinde bir tüketim gerçekleştirilmektedir. AB ayakkabı pazarı, AB ayakkabı tüketiminin %25'ini gerçekleştiren beş ülke tarafından domine edilmektedir. Bu pazarlar Almanya (%17,4), Fransa (%17,0), İngiltere (%16,1), İtalya (%12,6) ve (%8,3) İspanya'dır. Türkiye ise kişi başına yıllık ortalama 2 çift ayakkabı tüketimi ile bu alanda AB ve dünya ortalamalarının altında kalmaktadır. Dünya ayakkabı ithalatında, kıta olarak Avrupa'nın %40; ülke bazında ise Amerika Birleşik Devletleri'nin %22,4'lük pay ile en fazla ayakkabı ithalatı yaptığı görülmektedir. Bununla beraber, Türkiye, yapmış olduğu yıllık 52 milyon çift ayakkabı ithalatı ile 34. sırada yer almaktadır. Üretim rakamlarından anımsanacağı üzere, 2011 yılında Türkiye'nin yıllık ayakkabı üretimi 188 milyon; tüketimi ise 148 milyon çifttir. Bu bağlamda, Türkiye'de kullanılan her dört ayakkabıdan biri ithaldir; bunun sebebi olarak ise, üretimin tüketici beklentilerini tam anlamıyla karşılamaması gösterilebilir. Bununla beraber, kıta olarak dünyanın en büyük pazarı olan Avrupa ile iç içe bulunan Türkiye'nin, bu avantajını yeterli miktarda değerlendiremediği sonucuna ulaşmak da mümkündür. Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneğinin (TASD) verilerine göre sektörde yaklaşık 300.000 kişi istihdam edilmekte olup bunun 20.000'i sanayileşmiş işletmelerde, geriye kalan 280.000 kişi ise ülkeye yayılmış 30.000 civarında küçük ve orta büyüklükteki işletmede istihdam edilmektedir. El zanaatına dayanan ve yarı makineleşmiş işletmeler, ülke üretiminin yaklaşık %70'ini gerçekleştirmektedir. Sektördeki üreticilerin yaklaşık %50'si İstanbul'da faaliyet göstermektedir. TASD'nin verilerine göre sektörün üretim kapasitesi 500 milyon çift/yıl olup kapasite kullanım oranı ortalama %40-50 düzeyindedir.¹⁸

¹⁸ Çukurova Kalkınma Ajansı, "Ayakkabı İmalatı Sektör Raporu", Kasım 2014.

Giyim sektörünün temeli Osmanlı İmparatorluğu döneminde atılmıştır. Dokuma konusunda Denizli ve Tokat, ipekli ürünler konusunda da Bursa bölgesinde küçük işletmeler hâlinde üretim yapılmıştır. 1915 yılında önde gelen 22 kamu sanayi işletmesinin 18'i, 28 anonim şirketin 10'u, 214 özel sektör iş yerinin 45'i ve toplam 264 sanayi iş yerinin 73'ü bu sanayide faaliyet göstermiştir. Cumhuriyet'in ilanından sonra Sümerbank'ın kuruluşuyla birlikte bütün tekstil ve konfeksiyon fabrikaları ve atölyeleri bu kuruluşun çatısı altında toplanmıştır. Sümerbank, yaptığı yatırımlar ve yetiştirdiği personelle özel sektöre öncülük etmiş ve içerisinde oluşan birikimin zaman içinde özel sektöre de aktarılmasını sağlamıştır. Sektörde, 1950'li yıllardan sonra özel sektörün öncülüğünde gelişim başlamış ve 1960'lardan sonra da sentetik elyaf üretimine geçilmiştir. Planlı dönemde uygulanan ithal ikamesi politikası ve teşvik tedbirlerinin de katkısıyla 1960-1970 yılları arasında sektörde daha ileri teknoloji kullanılmaya ve işlenmiş ürün imal edilmeye başlanmış, 1960-1980 yılları arasında önemli teknik deneyim kazanılmıştır. 1980 yılından sonra uygulanan, serbest piyasa ekonomisine dayalı dışa açılma ve ihracatı teşvik politikaları ile birlikte, özellikle 80'li yılların ikinci yarısından itibaren tekstil ve hazır giyim ihracatı önemli oranda artmış ve ihracatın en önemli kalemi hâline gelmiştir. 1990'lara gelindiğinde ise sektörün toplam ihracat içindeki payı %40'a kadar çıkmıştır. 1980'li yılların başında daha çok iplik, elyaf, kumaş gibi tekstil mamulleri ihraç eden Türkiye, 1984 yılından sonra daha fazla konfeksiyon mamulü ihraç etmeye başlamış; daha uç ürün olması nedeniyle toplam katma değeri tekstil mamullerinden yüksek olan konfeksiyon mamullerinin ihracatı artarak devam etmiştir.¹⁹

Özellikle pamuklu ve ipekli sanayi ve ticaretinde Hindistan'dan sonra en önemli merkez durumunda olan Anadolu, Sanayi Devrimi'yle birlikte yüksek kaliteli küçük maliyetli ürünleri pazara sunan Avrupa ülkeleri karşısında rekabet gücünü kaybetmeye başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte ilk olarak tekstil sanayisinde kalkınmaya önem verilmesi ve dünya ticaretindeki eski yerimize dönmenin hedeflemesi bu nedenden dolayıdır. Türk tekstil ve hazır giyim sanayisinin gelişimi, Türkiye'nin geleneksel tekstil üretimi çerçevesinde gerçekleşmiştir. Sanayi yatırımlarında ve İlk Kalkınma Planı'nda tekstil sektörü öncelikli sanayi olarak konumlanmıştır. Kalkınma, pamuk üretimine bağlı olarak gerçekleşmiş ve küçük atölyelerde üretim başlamıştır. Ancak o yıllarda üretim ve kapasite yetersizliğinden sektördeki faaliyetler sadece pamuk ihracatından ve tekstil ürünleri ithalatından öteye gidememiştir.²⁰

1930'lardan itibaren planlı kalkınma çerçevesinde uygulanmak istenen sanayi yatırımlarında ise bu sektöre daha çok yer verilerek, yatırım için ayrılan bütçenin yarısı bu sektörde kullanılmıştır. Çünkü tekstil ve hazır giyim ürünleri, Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren ülke ithalatı içinde %40'a varan payları ile en büyük oranı teşkil etmiştir. Cumhuriyetin kuruluşundan sonra Sümerbank'ın kuruluşu ile birlikte tüm tekstil ve hazır giyim fabrikaları ve atölyeleri bu kuruluş çatısı altında toplanmıştır. Sümerbank yaptığı yatırımlar ve yetiştirdiği personelle özel sektöre öncülük etmiştir. Sümerbank'ta oluşan birikimin zaman içinde özel sektöre de aktarılması sağlanmıştır. Ancak Büyük Buhran (1929) ve II. Dünya

¹⁹ Halkbank Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, "Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu", Aralık 2010. <http://docplayer.biz.tr/2287214-Halkbank-kurumsal-sosyal-sorumluluk-projesi-tekstil-ve-hazir-giyim-sektor-raporu.html> (Erişim Tarihi: 29.4.2016)

²⁰ Halkbank Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, "Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu", Aralık 2010.

Savaşı'nın olumsuz etkileri nedeniyle Türkiye'de özellikle pamuklu dokuma yatırımları büyük ölçüde durmuştur.

1950'lerin ortalarına kadar özel sektör öncülüğünde yürütülen sanayileşme süreci 1963'ten itibaren uygulamaya konulan beş yıllık kalkınma planları çerçevesinde, ithal ikameci bir sanayileşme politikasıyla devam edilmiştir.²¹ Özellikle 1951'de kurulan Türkiye Sınai Kalkınma Bankası'nın sağladığı krediler, tekstil ve hazır giyim sektörünün gelişmesine hız kazandırmış ve sektör, 1960'ların sonlarına doğru ülke tüketimini bütünüyle karşılar hâle gelmiştir. Sektör, 1970 ve özellikle 1980'den sonra dışa açılma politikaları ve sağlanan teşviklerle ihracatımız içindeki en büyük oranı oluşturarak ödemeler dengesini finanse eden başlıca sektör olmuştur. 1980'lerde ihracattaki patlamanın asıl kaynağı, tekstil ve hazır giyim sanayileri olmuştur. Bu dönemdeki üretim artışının temel nedeni hazır giyim ihracatındaki artıştır. 1989 yılına gelindiğinde toplam ihracat içindeki %37'lik payı ile sektör, Avrupa'nın en önemli giyim tedarikçisi durumundayken; bu yeniden yapılanma, genişleme ve dışa açılma sürecinin sonunda 1990'larda ülkenin en büyük endüstrisi hâline gelmiştir. Ancak 1995'te dış ticarette miktar kısıtlamalarının kısmi olarak kaldırılmasını hedefleyen-Tekstil ve Giyim Anlaşması'nın (ATC) imzalanmasından günümüze kadar toplam ihracat içinde tekstil ve hazır giyim oranı azalarak 2003 yılında %32,3'e kadar gerilemiştir. Buna karşın tekstil ve hazır giyim ithalatımızda son yıllarda yaşanan artışta, başta Çin olmak üzere Uzak Doğu ülkelerinin önemi büyüktür. 2003-2009 döneminde ise tekstil ve hazır giyim eşyası ile üretim endeksi genelde bütün yıllar itibarıyla azalış kaydetmiştir. Sektör, 2009'da dış ticaret fazlasına göre yapılan sıralamalarda ilk sıralarda yer alır. Aynı yıl sektörün kapasite kullanımında da düşüşler yaşanmış ve bu düşüş istihdamda azalışa neden olmuştur. Özetle, sektör, son otuz yıl içerisinde gerek sanayileşme gerekse pazar oluşumunda ülke ekonomisinde hayati bir rol oynamıştır.²²

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dış ticaretin serbestleştirilmek istenmesinden hareketle 50'ye yakın ülke temsilcisinin katılımıyla 30.10.1947 tarihinde imzalanıp 10.01.1948 tarihinde yürürlüğe giren, günümüzde GATT (General Agreement on Trade and Tariffs - Ticaret ve Tarifeler Genel Anlaşması) olarak da bilinen anlaşmayla, uluslararası ticareti serbestleştirme çabaları kapsamında, dış ticaret üzerindeki engelleri kaldırarak serbest uluslararası ticarete dayalı bir dünya ekonomik sisteminin oluşturulması kararlaştırılmıştır. Ancak 1960'lı yıllardan itibaren GATT'ın en önemli ilkelerinden olan ve üye ülkelerin ticari partnerleri arasında ayırım yapılmamasını zorunlu kılan “en çok kayırılan ülke” ilkesinin tekstil sektöründe geçerli olmadığı ve miktar kısıtlamalarının uygulandığı görülmektedir.

Dış ticaret üzerindeki engellerin kaldırılması Türkiye'nin aleyhine olmuştur. Zaten AB pazarında serbest ticaret yapılırken yalnız ABD pazarı serbestleşmiş ve Türkiye AB pazarındaki ayrıcalıklı konumunu kaybetmeye başlamıştır. Türkiye ABD pazarında da coğrafi uzaklık ve Uzak Doğu ürünlerine nispeten ürünlerinin yüksek maliyetli olmasından dolayı rekabet gücünü kaybetmiştir. Avrupa Ekonomik Topluluğu'na üye sanayileşmiş dokuz ülke

²¹ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, “Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu”, 2014.

²² Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, “Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu”, 2014.; Çukurova Kalkınma Ajansı, “Hazır Giyim ve Konfeksiyon Raporu”, 2012; Dicle Kalkınma Ajansı, “Hazır Giyim Sanayii Sektör Analizi”, 2011.

tarafından, gelişmekte olan ülkelerin iş gücünün ucuz kalması sonucu tekstil ve hazır giyim üretiminin buralara kaymasını önlemek amacıyla bazı kısıtlayıcı tedbirlerin alındığı 1974 Çok Elyafılar Anlaşması (Multifibre Arrangement-MFA) imzalanmıştır. Adı geçen anlaşma, Avrupa Ekonomik Topluluğu ile Türkiye'nin de içinde yer aldığı gelişmekte olan ülkeler arasında imzalanmıştır.²³

Anlaşma kaynağını GATT hükümlerinden alır. İthalatçı durumdaki sanayileşmiş ülkeler, başlıca ihracatçı az gelişmiş ülkelerle iki yanlı görüşmeler yaparak bunların yapacakları ihracatı belirli kotalarla sınırlandırmışlardır. Bunlara “gönüllü ihracat kısıtlamaları” da denir. Böylece gelişmiş ülkeler, az gelişmiş ülkeler karşısında zor durumda kaldığını iddia ettikleri tekstil endüstrilerini aşırı şekilde korumuş olmaktadır. MFA'ya taraf olan Türkiye de ABD, Kanada ve özellikle AB ülkelerinin birtakım önlemlerine maruz kalmıştır. 1980 yılında Türk pamuk ipliğinin Avrupa piyasasında önemli bir yere gelmesinden tedirgin olan Avrupalı iplikçiler, 1982'de kotalarında azalma yaparak Türk tekstil ihracatçılarını oldukça zor durumda bırakmışlardır. AB, 1992 yılına kadar Türkiye'ye karşı ayrıcalıklı tutumunu korumuştur.

Kotaların Kaldırılması

Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması (Agreement on Textile and Clothing- ATC) 10.01.1955 tarihinde yürürlüğe giren Uruguay Turu Ticaret Müzakeresi sonucunda imzalanan Dünya Ticaret Örgütü Anlaşması kapsamında yer alır. MFA'ya dayalı kısıtlamaların 1995 yılından 2005 yılına kadar bu 10 yıllık geçiş döneminde kademeli olarak kaldırılması öngörülmüştür. ATC'nin imzalanmasıyla birlikte Türkiye gibi ATC'den önce AB'ye kotasız ticaret yapan ülkelerin piyasa paylarında düşüş yaşanmıştır. Küresel tekstil ve hazır giyim ticaretinde uzun yıllar sürdürülen kota uygulamasının 2005 yılı itibarıyla Çin hariç tüm tedarikçiler için ve 2008 yılı itibarıyla da Çin için sona erdirilmesi, dünya ticaretini etkileyen ve belirleyen en önemli unsur olarak gösterilebilir.

2008 sonrasında ise küresel rekabetçilikte, ticarete kota uygulaması dışındaki unsurların etkisi belirleyici olmaya başlamıştır. Dolayısıyla, rekabetçiliğin, üretimde yetkinliğin yanı sıra teknoloji ve tasarımda da öncü olmayı gerektirdiği, bu dönemde sıkça vurgulanır hâle gelmiştir. Ayrıca katma değeri yüksek üretim, yeni ürün üretebilme kapasitesi, üretilen ürünün tüketiciye sunulmasında organizasyon ve perakendecilik kabiliyeti gibi ürün geliştirme ve pazarlama konuları, 2005 sonrası dönemde dünya tekstil ve hazır giyim sanayilerinin odaklandığı eğilimlerin başında gelmiştir. Bu gelişmeler ve eğilimler ışığında, son yıllarda dünya ekonomisinde yaşanan dönüşümü de dikkate alarak, hem Türkiye'nin hem de diğer tedarikçilerin tekstil ve hazır giyim sanayilerinin üretim ve ihracat yönelimine etki eden unsurları, bu bölümün alt başlıklarında detaylı olarak incelenecektir. Ayrıca, önemli ithalat pazarlarındaki gelişmeler ve eğilimler ile tedarikçilerin rekabetçilik analizleri, bu bölümün diğer alt başlıklarıdır.

²³ Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, “Ulusal İstihdam Stratejisi (2014–2023) Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Raporu”, www.uis.gov.tr/media/1086/tekstil_hazir_giyim_sektoru.docx (Erişim Tarihi: 1.5.2016)

Dünya deri sektörünün son kırk yılda gösterdiği en büyük karakteristik özellik, üretimde yer değiştirme olarak görülmektedir. 1970'lerin ortalarına kadar gelişmiş ülkelerin ön sıralarda olduğu dericilik, bu tarihten itibaren üretim merkezi olarak Uzak Doğu'ya kayma eğilimi göstermiştir. Bunun neticesinde ülkeler bazında farklı sonuçlar ortaya çıkmış; Çin, Vietnam, Endonezya gibi ülkeler önemli üretim merkezi hâline gelirken, pek çok Avrupa ülkesi bu sektördeki yatırımları azaltma yoluna gitmiştir. Gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru sektörde gözlenen bu coğrafi kayma, rastgele olmamıştır. Söz konusu kaymada rol oynayan esas faktörler, gelişmekte olan ülkelerin ham deri üretim miktarı, geleneksel olarak bu sanayiye yatkınlığı, alım gücü yüksek olan ülke pazarlarına yakınlık durumu, uygulanan ihracat ve yatırım teşvik politikaları, iş gücü ve diğer üretim girdilerinin maliyetleri, gelir düzeyi ve dağılımı, nüfus ve benzeri faktörlerdir.

1980 sonrası dönemde, gelişmiş ülkeler arasındaki gelişmişlik farklarının da sanayinin kaymasında etkili olduğu gözlenmektedir. Örneğin, AB ülkeleri arasında nispeten daha az gelişmiş olan Portekiz ve özellikle İspanya'da, bu sektörde önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bu dönemde, bahsedilen az gelişmiş ülkelerde ve İspanya'da firmalar, makine ve kimyasallar üretmeye yönelmişlerdir.

1990 sonrası dönemde ise, gelişmiş ülkelerde sektörü terk edişin hız kestiği görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde çevre kirliliğini önlemede yeni süreçlerin devreye girmesi ve hükümetlerin teşvik politikaları ile bazı az gelişmiş ülkelerde iş gücü maliyetlerinin artış eğilimine girmesinin, bu gelişmede önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Ayrıca AB'de topluluk düzeyinde uygulanan bölgesel kalkınma projeleri, AR-GE çalışmalarına verilen destekler, istihdamın artırılmasına ve korunmasına yönelik yardımlar ile anti-damping ve ticaret engellerine karşı düzenlemeler, etiketleme gibi dış ticareti düzenleyici ve Topluluğa yapılan ihracatı zorlaştıran hükümler, gerileme hızının yavaşlamasına yardımcı olmuştur.

2000'li yıllarda, dünya ekonomisinde artarak süren liberalleşme neticesinde, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru yabancı sermaye yatırımları artmıştır. Ayrıca, gelir düzeyi yüksek olan ülkelere deri ürünlerine olan talebin, yerli üretimle karşılanması yerine o ülkenin üreticilerinin diğer az gelişmiş ülkelerde fason yaptırdıkları görülmektedir.

1.4. Sektörün Dünyada ve Türkiye'de Zaman İçerisinde Karşılaştığı Sorunlar

Dış rekabet baskısı, sektörde yapılması gerekenlere önemli ölçüde ışık tutmaktadır. Sektörün tam kapasitenin oldukça altında faaliyet gösterdiği düşünüldüğünde esas sorun, üretimde değil kalitede ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle sektörde nicelikten çok niteliğe önem vermenin zorunluluğu ortadadır. Bu kapsamda sektörde bir yandan makineleşmeye önem verilirken, bir yandan da rekabette sektörü daha güçlü kılacak bir ürün yapısına doğru atılımlar başlatılmalıdır. Rekabet gücünü artırıcı bu tür önlemlerin başında sürekli yenilenen ve trendleri yakalayan modeller geliştirilmelidir. Örneğin, tüketicilerde bir "Türk ayakkabısı" algısı oluşturulmalı ve bu algı sürekli güncel tutulmalıdır.

Özellikle ucuz işçilikte Çin baskısı düşünüldüğünde, rekabetin olmazsa olmazı, kalite ve tüketici algısına yönelik reklam ve tanıtım çalışmalarıdır. Bu kapsamda sektörde vasıfsız

iş gücü istihdamından vasıflı işgücüne geçişin sağlanması, tasarımın ön plana çıkarılması, “Türk markası” algısını oluşturmaya yönelik fuar vb. tanıtım çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Yapılacak yatırımlarda da bu hususların ön plana çıkarılması, yatırım yapılabilirliğini ve işletme döneminde sürdürülebilirliği temin edecektir.

2002 yılından itibaren incelendiğinde; 2008 yılı sonu itibaren ortaya çıkan global krizin etkisiyle sadece 2009 yılında Türkiye’nin ayakkabı ihracatında düşüş yaşandığı, diğer yıllarda ise istikrarlı bir artış trendi gösterdiği görülmektedir. 2013 yılında ayakkabı ihraç ettiğimiz başlıca ülkeler arasında Rusya Federasyonu, Irak, Litvanya, Suudi Arabistan ve Ukrayna yer almaktadır. Söz konusu ülkelere 376,7 milyon ABD dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir. Ülkemiz ayakkabı sektörü ihracat açısından henüz arzu edilen seviyeye ulaşmamıştır. Özellikle İspanya, Portekiz ve İtalya gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir arz potansiyeli vardır. Ancak bu potansiyel dünyada bilinmemektedir. Özellikle bahsi geçen Avrupalı ayakkabı üreticisi ülkelerle rekabet etmemiz için sektörün, firmaların ve ürünlerimizin tanıtımının yapılması gerekmektedir. Türk ayakkabı firmaları yeni pazar arayışlarını sürdürmekte, var oldukları pazarlarda pazar paylarını artırmaya çalışmakta; özellikle Batı Avrupa ülkelerine ihracat imkânlarını araştırmaktadırlar. Bu kapsamda sektör firmaları, yurt dışındaki önemli uluslararası fuar ve sergilere katılmaktadır. GSD Shoe Fair-Düsseldorf, Micam Shoevent-Milano, Motexha Spring Fair-Dubai, Lineapelle-İtalya ve Mosshoes-Moskova katılım sağlanan fuarların başında gelmektedir.

Dünya 2009 yılı deri ürünleri ihracatının %65’i ilk beş ülke tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu ülkeler; 68,6 milyar dolarlık ihracat ve %37’lik payı ile Çin, 18,3 milyar dolarlık ihracat ve %10’luk payı ile İtalya, 12,6 milyar dolarlık ihracat ve %7’lik payı ile Hong Kong, 9,9 milyar dolarlık ihracat ve %5’lik payı ile Vietnam, 8,9 milyar dolarlık ihracat ve %5’lik payı ile Fransa’dır.

Türkiye, 2011 yılında dünya deri ürünleri ihracatında 864.256 bin dolar ve %0,5 pay ile yer almıştır. Özellikle, Avrupa’da yayılan çevre baskısı nedeniyle Fransa, İtalya ve İspanya gibi ülkeler tabakhane işletmeciliğinden uzaklaşırken, Türkiye bu boşluğu doldurmaya çalışmıştır. Bu nedenle hem çevreye uygun, arıtmalı, dünyada örnek olarak gösterilen deri sanayi bölgeleri oluşturulmuş (Tuzla, Menemen, Gerede Deri Sanayi Bölgeleri) hem de teknoloji yenilenerek talebe cevap verilmeye çalışılmıştır (Türkiye’de toplam 13 adet Deri Organize Sanayi Bölgesi faaliyet göstermekte olup, sektör ağırlıklı olarak Marmara ve Ege bölgelerinde yoğunlaşmıştır).

Sektörün fiyat ve kaliteye olan duyarlılığı nedeniyle; üretim, sürekli olarak iş gücü maliyetinin ucuz olduğu yerlere kaymaktadır. Emegın nispi olarak pahalı olduğu ülkeler, taleplerini yurt dışından karşılamaya çalışmakta ve kalkınmaya bağlı olarak da üretim, bölgesel değişimlere uğramaktadır. Sektör, 1970’li yılların sonuna doğru iş gücünün pahalı olduğu gelişmiş ülkelere, emegın daha ucuz ve deri işleme sanayisinin nispeten güçlü olduğu ülkelere ve özellikle de Asya ülkelerine doğru kaymaya başlamıştır.

Küreselleşen dünyada ülkelerin birbirleri ile olan etkileşimlerinin artması, sektörü Türkiye özelinde değerlendirmeyi imkânsız kılmaktadır. Tüm ülkeler, sektörler ve işletmeler sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmek amacı taşımaktadır. Sürdürülebilir rekabet

avantajı için karşılaşılabilecek sorunların öngörülebilmesi ve proaktif bir strateji oluşturulması gerekmektedir. Sektörün yakın geçmişte geçirdiği, günümüzde de devam eden bazı sorunları ve tehlikeleri aşağıda sıralanmıştır:

- Orta Doğu ülkelerinde yaşanan siyasal gelişmeler, bu ülkelere yapılması planlanan ihracatı tehlikeye sokmaktadır.²⁴
- 2002 yılında Çin'in Dünya Ticaret Örgütü üyeliğine kabul edilmesi ile birlikte dünya ticaret sistemine entegre olması ve 2008 yılından itibaren bu ülkeye uygulanan ithalat kotalarının kaldırılması, ucuz emek ve büyük ölçekli üretim politikalarına yol açmıştır.
- İş kültürü farklılıkları, tüketici taleplerinin izlenmesinde karşılaşılan sorunlar ve nakliye ve gümrükleme gibi çeşitli alanlarda zorluklar yaşanmaktadır.²⁵
- Önemli bir pamuk üreticisi olan Hindistan'ın pamuk ihracatına kısıtlama getirmek istenmiş, ancak bu politikadan tedarikçilerin baskısı ile vazgeçmiştir. Bunun sonucunda tedarik zincirinde üretici kaynaklı sorunlar yaşanmış ve yaşanan bu kırılmanın sonunda Çin'den yüksek miktarda bir alım yapılmış; bu durum da tedarik zincirinde sorunlar meydana gelmesine neden olmuştur.
- İşçilik maliyetlerinin rekabet etmekte olduğumuz gelişmekte olan ülkelere nazaran daha yüksek olması, rekabet gücümüzü düşürmektedir.
- Tekstil sanayisi ile hazır giyim arasındaki yatay entegrasyon sınırlı kalmaktadır.
- Sosyal sorumluluk ve çevre dostu üretim yükümlülükleri, maliyetleri arttırmaktadır.
- Tüketici bilinci artmakta ve yapılan üretimin kalitesinin artırılması beklenmektedir.
- Deri sektörünün temel girdisi olan ham deri ithalatında zorluklar yaşanmaktadır.
- Rusya ile yaşanan siyasi sorunlar deri sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir.
- Kalkınma Bakanlığının raporlarında da yer aldığı üzere AB ticaret politikaları ülkemiz istek, talep ve menfaatleri göz önüne alınmadan hazırlanmakta ve bu durum AB ülkeleri ile uyumsuzluk yaşanmasına neden olmaktadır.
- Vergi sisteminin karmaşıklığı kayıt dışı istihdama ve haksız rekabete yol açmaktadır.
- Bürokratik işlemlerin yeteri kadar akıcı olmaması nedeni ile küresel ekonomide rekabet etme gücü zorlaşmaktadır.

²⁴ İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı, "Ayakkabı Sektörü-Sektör Raporları", 2014.

²⁵ MÜSİAD Araştırma Raporu, "Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası"; (Erişim Tarihi: 4.5.2016)

1.5. Sektörün Gelişme Eğilimleri

Ekonomik açıdan gelişmiş ülkeler, özellikle kendilerindeki sorunlarla başa çıkabilmek adına tekstil ve hazır giyim sanayilerinde azalan üretim kapasitesini yeniden artırmaya çalışma ve gelecek planlarını bu anlayış üzerine kurma eğilimindedirler. Bunu da yaparlarken, özellikle çevre ülkelerdeki tedarikçilerin gelişimini ucuz ürün elde edebilmek amacıyla yönlendirmektedirler. Genel hatlarıyla önümüzdeki yıllarda tekstil ve hazır giyim ürünleri ticaretinde üretici, ithalatçı ve ihracatçı ülkeler gibi keskin ayrımların yapılmasının zorlaşması ve üretim organizasyonlarının öne çıkması beklenmektedir.²⁶ Küresel mali krizin başladığı ve derinleştiği 2008 ve 2009 yıllarında neredeyse birçok ülke, ihracatlarında gerileme kaydetmiştir. Özellikle hazır giyimde AB pazarına olan büyük ölçekli bağımlılık, bir dezavantaj gibi gözüktü de, AB ile geleneksel olarak kurulan iş birlikleri ve AB iç pazarına olan mevcut entegrasyon, Türk tekstil ve hazır giyim üreticilerinin bu pazardaki payını koruduğunu göstermektedir.²⁷

Son yıllarda yükselen ekonomilerin, yüksek millî gelir artışı kaydederek dünya ekonomisindeki ağırlıklarını artırdığı gözlemlenmektedir. Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin’le birlikte Türkiye ve Meksika gibi hızlı ekonomik gelişme kaydeden ve üretici olarak tanımlanan ülkeler, artan ihracat seviyelerinin yanı sıra ithalat kapasiteleri ile de dünya ticaretini belirlemeye başlamıştır. Çoğunlukla ihracata yönelen bu sanayiler, hızla ilerleyen ithalattan olumsuz etkilenmekle beraber, iç pazarda yarattıkları tüketici potansiyeli ile belirli bir kesimin tercihini kazanmış durumdadırlar. Ancak ilerleyen dönemlerde, iç pazardaki bu müşteri potansiyelini korumak için de yeni stratejilerin benimsenmesi muhtemeldir.

Hızla gelişen ekonomilerin yatırım ortamlarını iyileştirmeye yönelik politikalarının ve pazarlarını açma yönündeki girişimlerinin, önümüzdeki dönemde artması beklenmektedir. Bu açıdan son dönemde yaşanan en büyük gelişme, Rusya’nın Dünya Ticaret Örgütü (WTO) üyesi olmasıdır. Türkiye açısından önemli bir ihracat pazarı olan Rusya’da daha şeffaf ve kurallara dayalı gümrük politikalarının belirlenmesi ticaretin artmasına ivme kazandırabilecektir. Tarife dışı engellerin önlenmesine ve yatırımın önündeki kısıtlamaların kaldırılmasına yönelik çalışmaların, önümüzdeki dönemlerde hız kazanması beklenmektedir.

Küreselleşme ve buna dayalı ekonomilerin hızlanarak artması, tekstil ve hazır giyim ihracatı daralan tedarikçilere, ekonomik krizler nedeniyle gelişmiş ülkelere alternatif yeni ihracat pazarları sunmaktadır. Küresel ekonomideki belirsizlikler birçok tedarikçi gibi Türkiye için de ihracat pazarlarını çeşitlendirmeyi zorunlu hâle getirmektedir. Bu süreçte, Türk tekstil ve hazır giyim ihracatçıları, öncelikle Orta Doğu ülkeleri, Rusya ve Latin Amerika ile ticari ilişkilerini geliştirmişlerdir.²⁸

Son yıllarda yeni ihracat pazarı arayışlarının hız kazanmasına karşın, ülke ve bölge bazında siyasal ve ekonomik belirsizliklerin artması, tekstil ve hazır giyim tedarikçilerini olumsuz etkilemektedir. Bu anlamda en önemli gelişme, son yıllarda ithalat kapasitesi önemli ölçüde artan birçok Orta Doğu ülkesinde yaşanan politik belirsizliklerdir. Bu süreçte bazı ülkelerde

²⁶ Kalkınma Bakanlığı, “Onuncu Kalkınma Planı, Tekstil, Deri, Hazır Giyim Çalışma Raporu”, 2014-2018.

²⁷ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, “Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu”, 2014.

²⁸ Kalkınma Bakanlığı, “Onuncu Kalkınma Planı, Tekstil, Deri, Hazır Giyim Çalışma Raporu”, 2014-2018

sıcak çatışmaya kadar ulaşan gösteriler ve protestolar nedeniyle bu ülkelerin sürdürülebilir bir ihracat pazarı olma özelliği sorgulanır hâle gelmiştir. İş kültürü farklılıkları, tüketici taleplerinin izlenmesinde karşılaşılan sorunlar ve nakliye ve gümrükleme gibi çeşitli alanlarda yaşanan zorluklar, ihracat pazarlarının çeşitlenmesinin istenilen düzeye ulaşmamasında etkili olmuştur.²⁹

Dünya çapında da, özellikle teknik tekstillerde kullanılan materyallerin üretiminin gelişmiş ülkelerde mevcut olması, teknik tekstillerin bu ülkeler dışındaki tedarikçilerde gelişme imkânını olumsuz etkilemektedir. Son yıllarda küresel çapta faaliyet gösteren önemli perakendecilerin, yaptıkları alımlarda üretim ve çalışma koşullarını takip etmeleri ve üretime ve iş yerine yönelik çeşitli standartlar getirmeleri dikkat çekmektedir. Bu durumun, önümüzdeki süreçte daha çok üzerinde durulan bir konu olması beklenmektedir. Üretim koşullarının iyileştirilmesi, işçi haklarının gözetilmesi ve tedarikte bunun bir koşul olarak belirlenmesi, resmî kanallardan da desteklenmektedir. İthalatçı ülkeler, bu konunun özellikle bilinçli tüketici tarafından takip edilmesi gibi çeşitli nedenlerle üretici ülkelere baskı uygulama yoluna gidebilmektedir.

Tekstil sektörü, teknolojik gelişmelere daha çok ihtiyaç duyarken, hazır giyim sektöründe tüketici talebinin karşılanmasına yönelik hızlı ve esnek üretim gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Son yıllarda dünya çapındaki tedarikçilerin öncelikleri arasında katma değeri yüksek üretim yapmak gelir. Üretimde katma değerın yükseltilmesi için birçok parametrenin dikkate alınması gerekmektedir.

İşçilik ve diğer üretim maliyetlerinin artması, dünya çapında tüm tedarikçileri olumsuz yönde etkileyen bir eğilimdir. Bu anlamda, hâlen ucuz üretim ile üretim maliyetleri sürekli yükselen Türkiye'ye rakip olabilen Bangladeş gibi tedarikçiler karşısında, Türkiye'nin, pazardaki konumunu koruyabilmesi ve arttırabilmesi, geleneksel olarak bu sanayilerde verimli üretim yapabilme kabiliyetini koruması ve doğru yatırım kararlarını alabilmesi ölçüsünde mümkündür.³⁰ Son yıllarda tekstil ürünlerine ilişkin dünyadaki gelişme eğilimleri, tasarımın artan önemi, markalaşma, ürün çeşitliliği sağlanarak tüketici taleplerinin karşılanması, fonksiyonel ürünlerin geliştirilmesi ve farklı sanayi alanlarında tekstilin kullanılmasının arttırılmasına yönelik teknik tekstillerin geliştirilmesi konularına yoğunlaşmaktadır.

AB ülkeleri, dünya ihracatında teknoloji ve tasarımı yönlendirebilen; dünya ithalatında ise ithalat kapasiteleri sayesinde önemli bir pazar konumundadır. Tekstil ve hazır giyim sanayisi, ilk olarak bu bölgede, Sanayi Devrimi'yle birlikte önemli bir sanayi kolu olarak ortaya çıkmasına karşın, sonraki dönemlerde AB ülkeleri üretim merkezi olmaktan çıkmış ve üretim dünyanın diğer bölgelerine kaymıştır. Günümüzde ise AB ülkeleri, tekstil ve hazır giyim sanayilerinde merkez bölge olarak hem üretim yapmakta, hem de ihracat ve ithalat kapasitelerini arttırmaktadır. Dünya tekstil ve hazır giyim ticaretini yönlendiren AB ülkeleri, bu sanayilerde üretimden vazgeçmemiş, aksine moda, marka, tasarım ve teknolojinin önemli merkezlerinden biri olmuştur.

²⁹ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, "Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu", 2014.

³⁰ Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, "Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu", 2014.

1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü tarafından kabul edilen 2005 yılında uygulamaya geçilen ticaret kotalarının kaldırılması ile birlikte tekstil ve hazır giyim sektöründe yeni bir döneme geçilmiştir. Kotaların kaldırılması ile birlikte uluslararası pazarlarda rekabet başlamıştır. Türkiye bu dönemden önce düşük maliyetli ürünler bazında rekabet etmeye çalışırken, bu dönemden sonra yüksek katma değerli tekstil ürünleri ile hazır giyimde markalaşma yolunda ilerlemeye başlamıştır. Türk tekstil ve hazır giyim sanayi, 2009 yılında yaşanan ekonomik krizden en çok etkilenen sektörler arasında yer almıştır. Hem tekstil sektöründe hem de hazır giyim sektöründe 2009 yılı ihracat rakamlarında bir önceki yıla göre düşüş izlenmiştir. Ancak Ekonomi Bakanlığı verilerine göre tekstil sektörü ihracatı 2010 yılında bir önceki yıla göre %18,2 oranında artarak 6 milyar 352 milyon dolar, 2011 yılı ihracatı %21,4 oranında artarak 7 milyar 710 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Hazır giyim sanayi 2010 yılında %10,5 oranında artarak 14 milyar 206 milyon dolar, 2011 yılında %10,3 oranında artarak 15 milyar 665 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.³¹ Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından açıklanan rakamlara göre 2011 yılı ihracat sıralamasında hazır giyim sektörü otomotiv ile kimyevi maddeler ve mamulleri sektörlerinden sonra en fazla ihracat yapan 3. Sektör; tekstil sektörü ise 7. sektör olmuştur. TÜBİTAK tarafından yürütülen Vizyon 2023 çalışması kapsamında düzenlenen “2023 Dünyasında Türkiye Çalıştayı”nda Türk tekstil sektörünün vizyonu; katma değeri yüksek, yenilikçi, rekabetçi ve teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile dünya ticaretindeki payını ve toplumsal refahı arttırmak olarak belirlenmiştir.³²

Küreselleşmenin bir sonucu olarak rekabet düzeyinde her geçen gün bir artış yaşanıyor olması, sektörde faaliyet gösterenleri farklı stratejiler oluşturmaya yönlendirmiştir. 2005 yılında Çin hariç tüm kotaların kaldırılması ve 2008 yılında Çin ile de kotaların kaldırılması, rekabet düzeyinin artmasının en önemli sebeplerinden biridir. 2008 sonrasında ise bazı farklı unsurların da belirleyici olduğu görülmektedir. Elbette ki Çin ve bazı diğer Asya ülkeleri kitle üretim araçları kullanılan bir sektörde, sahip oldukları düşük iş gücü maliyetleri ile avantaj sağlamaktadır. Ancak bu ülkelerin maruz kalmakta olduğu ve yaşanmaya başlanan birtakım yapısal sıkıntılar, Çin ve diğer Asya ülkelerinin oluşturduğu tehdidin devam edip edemeyeceği yönünde bazı şüpheler doğurmaktadır.

Küresel ölçekli şirketlerin yaşamakta olduğu bu tarz şüpheler dolayısı ile Bangladeş gibi diğer ülkeler Çin’in üzerindeki üretim yükünden pay almaya başlamışlardır. Ayrıca sektörün önemli bir aktörü olmaya hazırlanan bir kıta olan Afrika da potansiyel üretim merkezlerinden biri olabilecek niteliktedir. Asya’da yaşanan altyapı yetersizliğinin Afrika’da da yaşanabileceği ise muhtemeldir. Bir başka konu ise yükselen ekonomilere sahip ülkelerdeki iç pazar tüketim hacminde yaşanmakta olan artıştır. Bu artış nedeni ile sektörde faaliyet gösteren şirketlerin iç pazara yönelik de yeni stratejiler oluşturmaları gerekecek ve bu stratejiler de gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren şirketlerin görece düşük maliyetli, ancak katma değere sahip ürünler üretmeyi amaçlamalarını sağlayacaktır. Rusya’nın Dünya Ticaret Örgütü’ne üye olması ile yapılan ticaret, oldukça meşru bir döneme girmiştir. Şeffaf ve

³¹ Kalkınma Bakanlığı, “Onuncu Kalkınma Planı, Tekstil, Deri, Hazır Giyim Çalışma Raporu”, 2014-2018.

³² Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, “Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu”, 2014.

kurallara uygun bir gümrük politikasının ihracatı artıracığı öngörülmektedir. Ancak Rusya ile yaşanan siyasi kriz sonucunda ivme kazanılamamıştır. Bu benzeri durumların tecrübe edilmesi işletmelere, tek bir ithalatçı unsura bağımlı olarak strateji geliştirmemeleri gerçeğini bir kez daha ortaya koymuştur. Küreselleşmenin mevcut rekabeti arttırma gibi olumsuz sonuçları olmasına karşın ihracat ağını genişletme imkânı vermesi gibi olumlu sonuçları da olduğu düşünülmektedir.³³

AB 2010 yılında “Avrupa 2020” adlı bir strateji belgesi yayınlamıştır. Bu belgede üç türlü büyüme ekseninden söz edilmektedir. Bunlar; sürdürülebilir büyüme, akıllı büyüme ve kapsamlı büyümedir. Sürdürülebilir büyüme rekabete açıklık ve esnekliği; akıllı büyüme ise know-how, insan kaynakları ve organizasyon gibi kavramları ifade etmektedir. Avrupa Birliği, düşük maliyetle üretim yapan ve katma değeri düşük ürünler üreten Asya ülkeleri gibi küresel rakiplerine karşı yukarıdaki büyüme stratejilerini uygulayarak rekabet avantajı sağlamayı amaçlamaktadır.³⁴

Sektör eğilimleri hususunda dikkat edilmesi gereken konular arasında;

- Ham maddeye erişimde yaşanması muhtemel sıkıntılar,
- Çevreye verilen önemdeki artışlar,
- Çalışma koşullarına dolayısı ile iş gücü sağlığını korumaya yönelik önemin artması,
- Personel güçlendirme ve kapasite yükseltme,

yer almaktadır.

1.6. Diğer Sektörlerle İlişkiler

1.6.1. Deri ve Ayakkabı Sektörü

Deri ve ayakkabı sektörüne bakılırsa, sektörde valiz, çanta, sandık, eldiven, kemer, cüzdan gibi birtakım aksesuarlar ile giyim ürünleri ve ayakkabılar deri ve deri ürünleri sektöründe üretilmektedir. Geniş bir üretim alanında faaliyet gösteren bu sektör, daha çok el emeğine dayanan ancak yüksek uzmanlık gerektiren bir sektördür. Hem deri hem de ayakkabıcılık sektörlerinde ham madde temini açısından temel girdi maddelerinden birisi olarak hayvan derisini kullanmaktadır. Bu sebeple bu sektörler hayvancılık sektörüne bağımlı konumdadır. Bunun yanında tekstilde olduğu gibi yapay malzemeden de ayakkabı, ayakkabı tabanı, ceket, çanta cüzdan vb. üretilmektedir. Bu sebeple sektör petro-kimya sanayisi ile de yakın ilişki içerisinde. Ayakkabı ve deri sektörleri de yoğun olarak makineleşmiş sektörlerdir; bu sebeple makine sanayisinden sürekli etkilenmektedirler. Bunun yanında yine

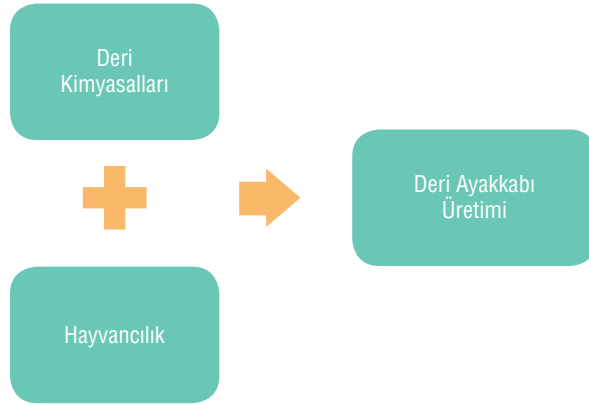
³³ Kalkınma Bakanlığı, “Onuncu Kalkınma Planı, Tekstil, Deri, Hazır Giyim Çalışma Raporu”, 2014-2018; <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/content.aspx?List=0e61756a-b3f2-4261-8c0d-2350283f9855&ID=243&-Source=http%3A%2F%2Fwww%2Ekalkinma%2Egov%2Etr%2FPages%2FOzellhtisasKomisyonuRaporlari%2Easp&ContentTypeId=0x010073418295019B8B429A88657B85E98E48> (Erişim Tarihi: 5.5.2016)

³⁴ “Avrupa 2020 Stratejisi: Akıllı, Sürdürülebilir ve Kapsayıcı Büyüme için Avrupa Stratejisi” http://www.ab.gov.tr/files/SBYPB/Sosyal%20Politika%20ve%20C4%B0stihdam/avrupa_2020_stratejisi.pdf (Erişim Tarihi: 30.4.2016)

boyama ve tabaklama gibi işlemlerden ötürü kimya sanayisi ve aksesuarların bolca kullanılmasından ötürü ise aksesuar sektörüyle yakından bağlantılıdır.

Deri ve deri ürünleri sektörünün geniş çaptaki alt sektörleri arasında; tabaklama ve deri işleme, saraciye ürünleri, deri giyim eşyası, kürkten eşya, ayakkabı, aksesuar, metal ve çelik sektörleri, iplik sektörü gibi sektörler bulunmaktadır. Deri kimyasalları ile yakın etkileşimi olan sektör, ek olarak üretim safhasında ham deri ve kürk gereksinimi nedeniyle hayvancılık sektöründen de etkilenmektedir.

Şekil 1. Deri Ayakkabı Üretimi



Kaynak: Sanayi Genel Müdürlüğü, "Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu", 2013.

Özellikle deri ayakkabı üretiminde sektörün hem deri kimyasallarından hem de hayvancılıktan etkilendiği görülmektedir. Deri ayakkabı üretimi için hayvancılık sektöründen deri, kürk gibi girdileri alan üreticiler, deri kimyasallarından ise üretim safhasında destek almaktadır.

Perakende ve mağazacılık sektörleri bu üç sektör için büyük önem taşımaktadır, çünkü ürünlerin tüketici ile buluşmasında kritik rol oynamaktadır. Lojistik altyapıdan aynı zamanda küresel düzeydeki üretim yapan firmalar da etkilenmektedir. Aşağıdaki şekilde tekstil, hazır giyim, deri ve ayakkabı üretimi sektörlerinin lojistik altyapı ve perakende ve mağazacılık sektörleri ile ilişkisel durumu yer almaktadır. Buradan anlaşıldığı üzere aslında küresel firmaların da etkilendiği lojistik altyapı, aynı zamanda tekstil sektörü için de ortak noktalardan bir tanesidir. Aynı zamanda perakendecilik ve mağazacılık sektörü de tekstil, giyim, deri ve ayakkabı üretimi için tüketiciyle buluşma açısından önem arz etmektedir. Şekil 2, aslında bu üç sektörün birbirleri ile olan ilişkilerinin kaçınılmaz düzeyde olduğunu göstermektedir.

Şekil 2. Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ayakkabı Üretimi

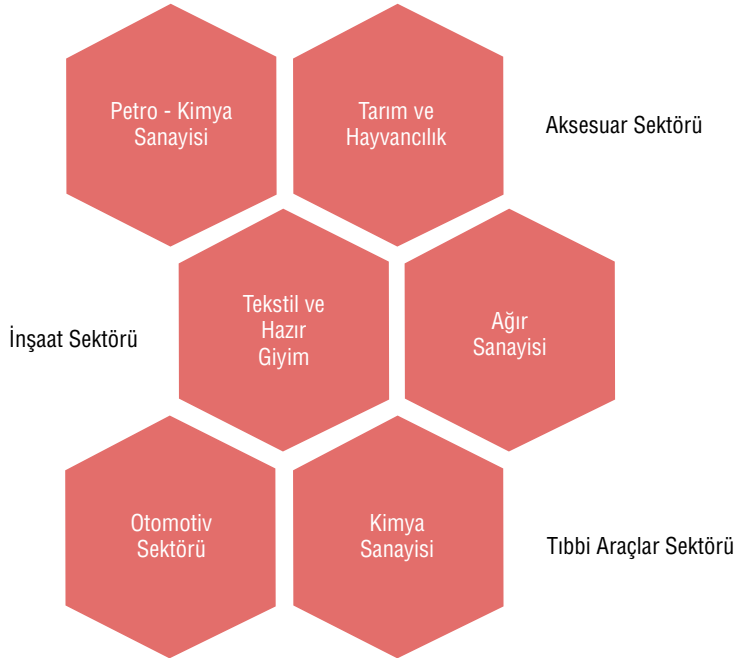


Kaynak: Sanayi Genel Müdürlüğü, "Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu", 2013.

1.6.2. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Tekstil ve hazır giyim sektörünün ilişkide bulunduğu ana sektörler aşağıdaki şekilde gösterilmektedir.

Şekil 3. Sektörün Diğer Ana Sektörlerle İlişkisi



Kaynak: Sanayi Genel Müdürlüğü, Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu, 2013

Tekstil sektörü, diğer sektörlerin üreticisi konumunda ve tedarik zincirinin başında yer almaktadır. Tekstil sektörüne ait olan ve aynı zamanda teknik kullanıma yönelik olan bazı ürünler şunlardır: Elyaf, iplik, örme dokuma kumaş, keçe ve tufting yüzeylerin dâhil olduğu dokusuz yüzeyler, ev tekstili ürünleri, halılar, bunların yanında ağ, ip, kablo, taşıyıcı tekstil bandı, branda, koruyucu bez, filtre, paraşüt, fren bezi, keçe.³⁵ Bu ürünler her türlü ihtiyaca yönelik olarak üretilmekte ve tedarik zincirinin ileriki kısımlarında farklı ürünlerin üretimine de katkı sağlamaktadır.

Tekstil sektörü hazır giyim sektörünün tedarikçisi konumundadır. Hazır giyim ve tekstil sektörlerinde faaliyet göstermekte olan şahısların çoğu, tekstil ve hazır giyim sektörleri arasında bir ayrıma gitmemekte ve hazır giyim sektörünün tekstil sektörünün bir alt dalı olduğunu düşünmektedirler.³⁶

Şekil 4'te tekstil ve hazır giyim sektöründe var olan tedarik zinciri yer almaktadır. Bu zincirin başlangıç noktasını, tasarım ve moda, AR-GE faaliyetleri ve makine sektörleri oluşturmaktadır. Tasarıma göre ham madde temin edilmekte ve üretimin ana girdisi olarak kumaş veya iplik, üretim zincirine dâhil olmaktadır. İpliğin doğrudan üretime katıldığı durumlarda, iplik kalitesinin kalite kontrol laboratuvarlarında incelenmesi, bu ipliğin kumaş üretiminde kullanılması, üretilen kumaşların boyanması ve ütülenerek kimyasal apre işlemlerinin tamamlanması gerekmektedir. Girdinin kumaş olarak sağlandığı firmalarda ise, kesim, aksesuarların takılması, parçaların montajı ve kalite kontrol aşamaları olmakta; bu aşamaları paketleme işlemleri takip etmekte ve ürünler tüketime hazır hâle gelmektedir.

Tekstil ve hazır giyim sektörleri birlikte değerlendirildiğinde, bu sektörlerin elyaftan başlayan mamul giysi veya kullanım eşyasına kadar giden oldukça geniş bir üretim zinciri bulunmaktadır. Tekstil sektörü pamuk, yün gibi maddelere ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple tarım ve hayvancılık sektörüne bağımlıdır. Bunun yanında doğal olmayan yapay elyaflar da tekstil sektörünün ana girdilerindendir ve yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bu sebeple tekstil sektörü petro-kimya sanayisi ile de yoğun bir etkileşim hâlinindedir. Tekstilde ipliğin ve kumaşın boyanması temel bir faaliyet olarak karşımıza çıktığından, boya-terbiye kimyasallarına olan ihtiyaçtan dolayı, tekstil sektörünün tamamı kimya sanayisi ile de etkileşim içerisinde. Bunun yanında moda sektörü özelliği olduğu için aksesuar sanayisi ile iç içedir. Aynı zamanda üretimde yoğun olarak makine kullanıldığı için de makine sanayisi ile sürekli etkileşim içerisinde. Ayrıca bu sektörler teknik açıdan bakıldığında, otomotivden, inşaat, ağır sanayiden tıba kadar pek çok sektörle teknik açıdan ilişki içinde içerisinde. ³⁷

Şekil 4'te gözlemlendiği üzere, sektör aslında geniş çapta bir sektörler zinciri ile yakın ilişki içindedir. Sektörlerle farklı girdi ilişkisi bulunan deri, giyim ve ayakkabı sektörü, başta plastik, petro kimya, otomotiv, tarım, hayvancılık, kimya ve ağır sanayi olmak üzere birçok

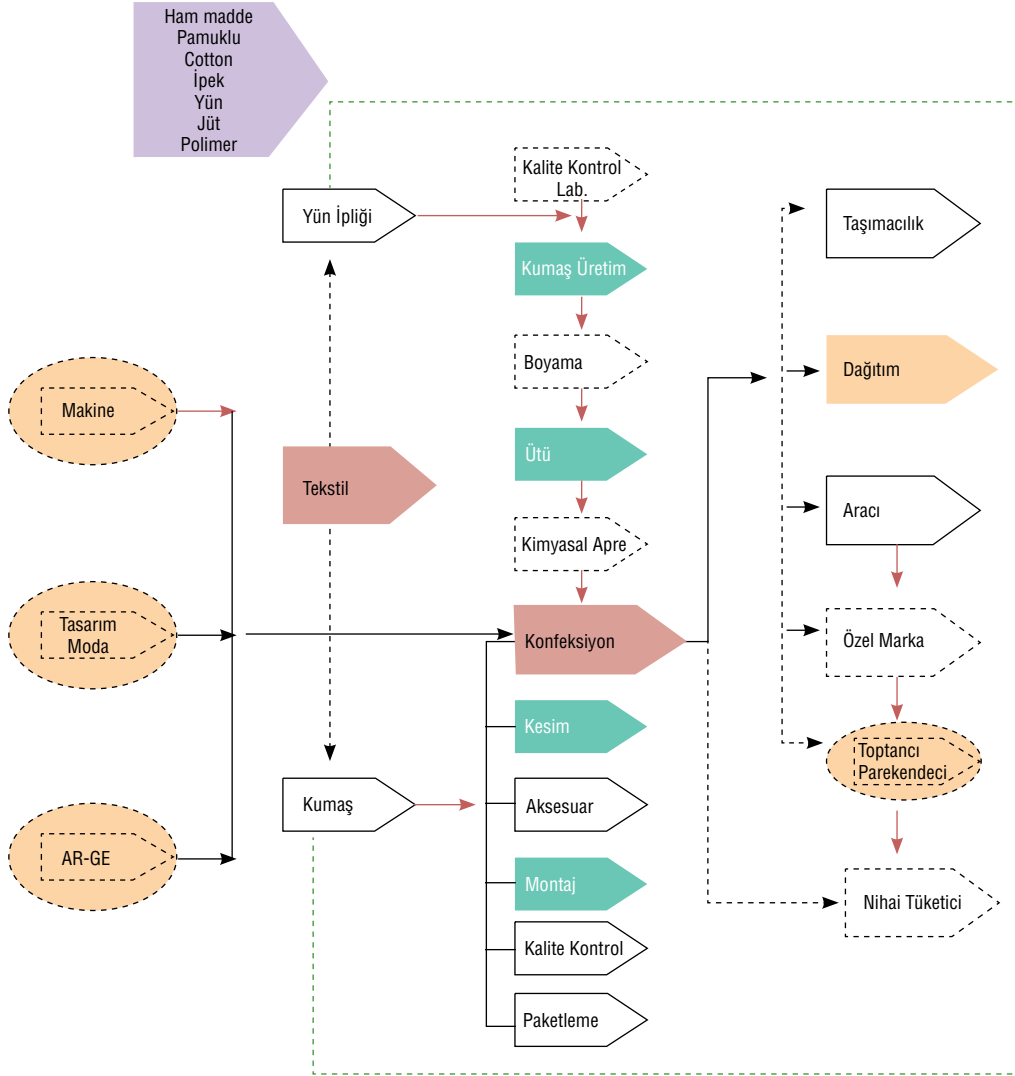
³⁵ DİTSO Sektör Raporu; www.dinartso.org.tr/ckfinder/upload/files/tekstil%20sektor.docx (Erişim Tarihi: 5.5.2016)

³⁶ DİTSO Sektör Raporu; www.dinartso.org.tr/ckfinder/upload/files/tekstil%20sektor.docx (Erişim Tarihi: 5.5.2016)

³⁷ Ekti, Ercan. (2013). Tekstil Sektörü Raporu, Sektörel Raporlar Serisi V, Doğu Marmara Kalkınma Ajansı Düzce Yatırım Destek Ofisi

sektörden farklı katkılar almakta ve yine bu sektörlerle farklı girdiler sunmaktadır. Örneğin, araba üretiminde koltuk kaplamaları ya deri ya da tekstil sektöründen; ayakkabı üretiminde de taban parçaları plastik sektöründen olmaktadır.

Şekil 4. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Tedarik Zinciri



Kaynak: Ekti, Ercan. (2013). Tekstil Sektörü Raporu, Sektörel Raporlar Serisi V, Doğu Marmara Kalkınma Ajansı Düzce Yatırım Destek Ofisi



Bölüm 2

Sektörün Dünyadaki Yeri



2.1. Dünyada Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü

2.1.1. Tekstil ve Giyimde Uluslararası Ticaret

Dünya Bankası verilerine göre dünya ticaretinde tekstil ve giyim sektörlerinde yapılan toplam ihracat miktarı 713.3 milyar dolar seviyesindedir.

Tablo 6. Tekstil ve Giyim Ürünlerinde İhracat ve İthalat Rakamları, 2005-2014 (Milyar dolar)³⁸

	2005				2010				2014			
	İhracat		İthalat		İhracat		İthalat		İhracat		İthalat	
	Nereye Ne Kadar	Payı (%) *	Nereden Ne Kadar	Payı (%) *	Nereye Ne Kadar	Payı (%) *	Nereden Ne Kadar	Payı (%) *	Nereye Ne Kadar	Payı (%) *	Nereden Ne Kadar	Payı (%) *
Dünya	541,7	4,7	491,1	4,7	678,2	4	587,7	3,9	713,3	4,5	617,8	3,78
Avrupa ve Merkez Asya	238	4,9	159,4	3,6	300,6	4,7	159,8	2,8	312,1	4,92	175,6	2,72
Doğu Asya ve Pasifik	117,5	4,7	205,8	7,1	144,6	3,6	281,7	6,1	156,2	3,84	285	5,94
Orta Doğu ve Kuzey Afrika	31,4	5,5	15,3	2,6	44,6	4,8	17,7	1,8	47,9	5,65	16,5	1,6
ABD	93,6	5	20,9	2,3	97,8	4,8	20,8	1,69	94,7	4,74	20	1,46
Çin	28,5	4,5	131,9	12,5	32,7	2,5	204,8	10,7	36	1,84	287,7	12,28
Hindistan	3,5	2,6	18,1	17	6	1,9	29,4	13,1	6,4	2,39	30,2	14,01
İtalya	20,3	5,6	29,4	8,5	25,1	5,4	27,1	6,4	24,4	5,8	29	6,3
Türkiye	7,9	5,2	19,7	28,4	12,7	5,4	23,3	21,8	13	5,35	29,1	18,4

* Toplamdaki Payı kolonunda her bir bölge/ülkenin toplam ihracat/ithalatı içinde tekstil ve giyim sektöründe tabloda gösterilmiş ihracat/ithalat rakamlarının hangi orana tekabül ettiği gösterilmiştir.

Kaynak: Dünya Bankası Verileri³⁹

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi dünya genelinde yapılmakta olan giyim ve tekstil ticareti sürekli olarak artış göstermektedir. Dünya genelinde 2005 yılında yapılmış olan ihracat toplamı 541.7 milyar dolar iken 10 yıldan kısa bir sürede bu rakam %31'in üzerinde bir artış göstermiş ve 713.3 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Tabloda, genellikle bölgele-re yapılan satışlar ile bu bölgelerin toplu olarak yapmış oldukları ihracat rakamları verilmiş

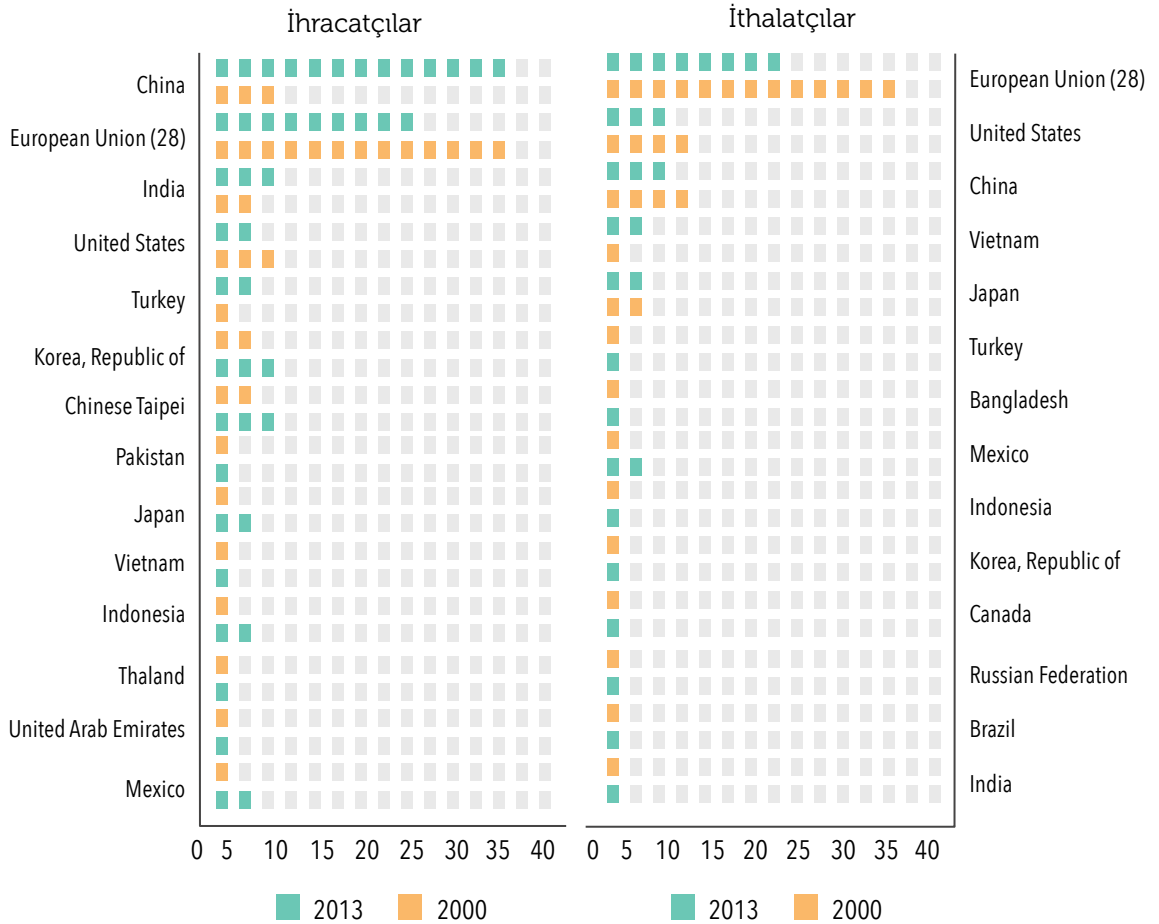
³⁸ Tablonun doğru değerlendirilmesi için şu uyarının yapılması gereklidir: Tabloda ihracat başlığı altındaki rakamlar, hangi ülke ya da bölgenin karşındaysa o ülke ya da bölgeye yapılan toplam ihracatı ifade etmektedir. İthalat ise o ülkeden bütün dünyaya yapılmış toplam satışı ifade etmektedir. Bu nedenle tabloda "nereye" ve "nereden" ifadeleri eklenmiştir. Dolayısıyla, örneğin 2014 yılında ihracat kolonu Çin satırında bulunan 36, o yıl için dünyanın tamamından Çin'e yapılmış toplam ihracatın 36 milyar dolar olduğunu; ithalat kolonundaki rakam da tüm dünyanın Çin'den yaptığı toplam ithalatın, yani Çin'in tüm dünyaya yaptığı satışın 287.7 milyar dolar olduğunu göstermektedir.

³⁹ http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/2014/TradeFlow/Import/Partner/all/Product/50-63_TextCloth# (Erişim Tarihi 20.06.2016)

olup bazı ülkelere dair veriler de sunulmuştur. Bu kapsamda en çarpıcı veriler Çin'e ait görünmektedir. İhracatı veri sunulan her üç sene için de ithalatından çok daha fazla olan ülkenin ihracat rakamları istikrarlı biçimde yükselmiştir. 2005 yılında 131.9 milyar dolarlık bir ihracat ile dış ticaret dengesinde 100 milyar dolar civarında bir artı değere sahip olmuş olan Çin; ithalat seviyesi pek artmadan ihracatını büyük ölçüde yükseltmiş ve 2010'da 170 milyar dolar, 2014'te ise yaklaşık 200 milyar dolarlık bir artışa kalmıştır.

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ/WTO) verilerine göre (Şekil 5), 2000 ve 2013 yıllarında yalnızca tekstil ticaretindeki en başta gelen ihracatçı ve ithalatçılara bakıldığında çarpıcı değişimler görülmektedir. Bu sektörde Sanayi Devrimi öncesinden beri yüzyıllardır en büyük ihracatçı konumunda bulunan Avrupa'nın 2010'lu yıllarda bu özelliğini Çin'e kaptırdığı anlaşılmaktadır. 2000 yılında dünya tekstil ihracatının %35'inden fazlası AB ülkelerinden kaynaklanmakta iken bu oran 2013'te %25'in altına düşmüştür. Tam tersi bir değişimi yaşayan Çin ise 2000 yılında dünya tekstil ihracatının yalnızca %10'unu gerçekleştirirken, 2013'te Çin'in toplam tekstil ihracatındaki payı %35'e ulaşmıştır.

Şekil 5. Tekstil Sektöründe Önde Gelen İhracatçılar ve İthalatçılar, 2000 ve 2013
(Dünya Tekstil İhracatındaki % Payları Olarak)



Kaynak: WTO verileri⁴⁰

⁴⁰ http://www.itmf.org/conference2014/Xiao_zhunyi.pdf (Erişim Tarihi 20.06.2016)

Tekstil ve giyim ürünlerinde son 10 yılı aşkın bir süredir yaşanan büyük değişimin 3 nedeni dikkate değerdir. Bunlardan ilki 2005 yılında ülkelerin iç pazarlarını ve yerli üreticilerini tekstil ürünlerini kotalar yoluyla korumalarına izin veren “Çok Elyafılar Anlaşması” olarak da bilenen 1974-2004 arası 30 yıllık sürecin sona ermesi ve tekstil ve giyim sektörünün de Dünya Ticaret Örgütü kuralları altına girmesidir. Bu sektör içinde uluslararası ticareti artıran çok önemli bir gelişme olmuştur. İkinci önemli gelişme 2001 yılında Çin’in, 2005 yılında da Vietnam’ın Dünya Ticaret Örgütüne katılmaları ve bu artan ticaret hacmi ve büyüyen piyasalardan faydalanmaları olmuştur. Bu iki önemli gelişmeye bağlı olarak büyüyen uluslararası tekstil ve giyim ticareti üçüncü önemli gelişmenin önünü açmıştır ki bu da tekstil endüstrisinde büyük bir dönüşümün yaşanması, üretim merkezlerinin dışa çıkarılması ve artan şekilde küresel değer zincirleri ve küresel üretim ağlarının oluşmasıdır.

2.1.2. Deri ve Postta Uluslararası Ticaret

Bilindiği gibi deri sektörü, ham madde olan işlenmemiş deri ve postların tabaklanması sonucu nihai üretimde kullanılacakları sektöre göre işlenmelerini içeren bir ara sektördür. Dolayısıyla dünya genelindeki deri ticaretine bakıldığında ham madde olan çeşitli deri ve postlardan, farklı seviyelerde işlenmiş ara ve son mamul derilere göre farklı ürünlerin ticareti yer almaktadır. Aşağıda Dünya Bankası verilerine göre son 10 yılda deri ve post ürünlerinde dünya genelinde gerçekleşen uluslararası ticaret seviyeleri gösterilmiştir.

Tablo 7. Deri ve Post Ürünlerinde İhracat ve İthalat Rakamları, 2005-2014 (milyar dolar)⁴¹

	2005				2010				2014			
	İhracat		İthalat		İhracat		İthalat		İhracat		İthalat	
	Nereye Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereden Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereye Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereden Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereye Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereden Ne Kadar	Payı (%) [*]
Dünya	79,8	0,7	69,3	0,7	104,2	0,6	85	0,6	116,2	0,7	104,8	0,6
Avrupa ve Merkez Asya	32,2	0,7	23,6	0,5	40,7	0,6	29,8	0,5	49,9	0,8	41	0,6
Doğu Asya ve Pasifik	27,8	1,1	31	1	38,1	0,9	38,5	0,8	37,8	0,9	43,2	0,9
Orta Doğu ve Kuzey Afrika	1,9	0,3	0,7	0,1	3,5	0,4	0,9	0,1	4,3	0,4	1,1	0,1
ABD	11,5	0,6	3,9	0,4	12,5	0,6	3,8	0,3	13,8	0,7	4,2	0,3

⁴¹ Tablonun doğru değerlendirilmesi için şu uyarının yapılması gereklidir: Tabloda ihracat başlığı altındaki rakamlar hangi ülke ya da bölgenin karşındaysa o ülke ya da bölgeye yapılan toplam ihracatı ifade etmektedir. İthalat ise o ülkeden bütün dünyaya yapılmış toplam satışı ifade etmektedir. Bu nedenle tabloda “nereye” ve “nereden” ifadeleri eklenmiştir.

	2005				2010				2014			
	İhracat		İthalat		İhracat		İthalat		İhracat		İthalat	
	Nereye Ne Kadar	Payı (%) *	Nereden Ne Kadar	Payı (%) *	Nereye Ne Kadar	Payı (%) *	Nereden Ne Kadar	Payı (%) *	Nereye Ne Kadar	Payı (%) *	Nereden Ne Kadar	Payı (%) *
Çin	7,9	1,3	25,2	2,4	11,2	0,9	32	1,7	11,6	1	33,2	1,5
Hindistan	0,4	0,3	2,2	2,1	1,3	0,4	3,1	1,4	0,9	0,4	4,1	1,9
İtalya	4,7	1,3	8,7	2,5	6,4	1,4	10,2	2,4	7,4	1,8	14,7	3,2
Türkiye	1,1	0,7	0,5	0,8	1,3	0,6	0,8	0,8	0,9	0,6	0,9	0,8
* Toplamdaki Payı kolonunda her bir bölge/ülkenin toplam ihracat/ithalatı içinde tekstil ve giyim sektöründe tabloda gösterilmiş ihracat/ithalat rakamlarının hangi orana tekabül ettiği gösterilmiştir.												

Kaynak: Dünya Bankası Verileri⁴²

2005 yılıyla 2014 yılı arasında deri ve post ticareti verilerine bakıldığında, toplam ihracatta %45'lik bir artış gerçekleşmiş olduğu görülmektedir. Dünyadaki toplam ihracat içerisinde deri ve post ihracatı %1'in altında bir yer tutmaktadır. İhracat hacminde dile getirilen bu önemli artışın, deri ve post ticaretinin dünyada gerçekleşen toplam ihracat miktarı içindeki payını ciddi bir şekilde değiştirmemiş olması ise küresel ihracatta benzeri bir genişlemenin gerçekleştiğini, uluslararası ticaretin en az bu ölçüde artmış olduğunu göstermektedir. İhracatın yapıldığı destinasyonlar arasında Avrupa ve ABD gibi gelişmiş ülkeler daha önemli yer tutarken, İtalya istisnası dışında uluslararası ticarete gelişmiş ekonomilerden satış miktarı yüksek değildir. Deri ve post ticaretinde en büyük satıcı olarak Çin görünmektedir. Çin'in 2014 yılında tüm dünyaya satmış olduğu deri ve post ürünlerinin toplam değeri 33 milyar doların üzerindedir, ki bu rakam dünya genelinde yapılan ithalat miktarının da neredeyse 1/3'üne tekabül etmektedir.

2.1.3. Ayakkabıda Uluslararası Ticaret

Sektördeki son ürün grubu olan ayakkabılardaki ticaret rakamlarına bakıldığında diğerlerine benzer şekilde bir büyüme trendi göze çarpmaktadır. Hatta gözden geçirilen diğer iki ürün grubundan da fazla bir şekilde, ayakkabı ihracat miktarı 2005 ile 2014 yılları arasında neredeyse %80'lik bir artış kaydetmiş; 81.3 milyar dolardan 145.9 milyar dolar seviyesine yükselmiştir.

⁴² http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/2014/TradeFlow/Import/Partner/ALL/Product/41-43_HidesSkin (Erişim Tarihi 20.06.2016)

Tablo 8. Dünya Ayakkabı İhracat ve İthalat Rakamları, 2005-2014 (Milyar dolar)

	2005				2010				2014			
	İhracat		İthalat		İhracat		İthalat		İhracat		İthalat	
	Nereye Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereden Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereye Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereden Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereye Ne Kadar	Payı (%) [*]	Nereden Ne Kadar	Payı (%) [*]
Dünya	81,3	0,7	83,3	0,8	117,8	0,7	111,8	0,8	145,9	0,9	129,8	0,8
Avrupa ve Merkez Asya	43	0,9	24,5	0,6	61,8	1	28	0,5	75,3	1,2	37,9	0,6
Doğu Asya ve Pasifik	10,1	0,4	51,1	1,8	15,4	0,4	73,8	1,6	21	0,5	81	1,7
Orta Doğu ve Kuzey Afrika	2,6	0,4	0,9	0,2	4,5	0,5	1,6	0,2	8,2	1	1,4	0,1
ABD	19	1	0,7	0,1	22,7	1,1	1	0,1	24,8	1,2	0,9	0,1
Çin	0,9	0,1	40,5	3,9	1,5	0,1	58	3	1,6	0,1	58	2,7
Hindistan	0,2	0,1	1,4	1,3	0,6	0,2	2,6	1,2	0,8	0,3	3,3	1,5
İtalya	4,7	1,3	7,6	2,2	5,9	1,3	8,4	2	6,4	1,5	10,5	2,3
Türkiye	0,4	0,3	0,2	0,3	1	0,4	0,3	0,3	1,2	0,7	0,4	0,3
* Toplamdaki Payı kolonunda her bir bölge/ülkenin toplam ihracat/ithalatı içinde tekstil ve giyim sektöründe tabloda gösterilmiş ihracat/ithalat rakamlarının hangi orana tekabül ettiği gösterilmiştir.												

Kaynak: Dünya Bankası Verileri⁴³

Ayakkabı ticaretinde de Avrupa ve ABD diğer ülkelerin ana ihracat pazarları olarak öne çıkmış, ancak bu bölgelerden dünyanın geri kalanına fazla bir ihracat yapılmamıştır. Burada İtalya yine bir istisna olarak göze çarpmakta; gelişmiş ülkeler arasında ayakkabı ihracat miktarı, ithalat miktarından fazla olan yegâne örnek olarak sıvrılmaktadır. Genele bakıldığında ise yine Çin, dünya ayakkabı ithalatının neredeyse yarısını gerçekleştiren en büyük satıcı konumundadır. Daha açık bir ifadeyle, dünyanın yaptığı toplam ayakkabı ithalatının yarısı Çin tarafından sağlanmaktadır.

2.1.4. Üretim Pratikleri ve Sektörün Küreselleşmesi

Tekstil, giyim, deri ve ayakkabı (DGA) sektörleri coğrafi olarak fazlasıyla dağınık ve yayılmış üretim yapıları, piyasalardaki talepler tarafından belirlenen hızlı değişimlere açık olmaları ve çeşitli demografik gruptan insanı istihdam edebilmeleri nedeniyle dünya çapında milyonlarca kişiye iş sağlamaktadır. Son yıllarda iyice öne çıkan “daha esnek ve hızlı üretim yoluyla daha düşük fiyatlara ulaşma” trendi, bu sektörde yüksek dalgalanma, geleceği tahmin etmede güçlükler ve düşük kâr marjinlerini pekiştirmiştir. Çoğu merkezi ülkedeki güç-

⁴³ http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/2014/TradeFlow/Import/Partner/ALL/Product/64-67_Footwear (Erişim Tarihi 20.6.2016)

lû şirket, maliyetlerini düşürmek için üretimi farklı ülkelerdeki taşeron firmalara yönlendirmiştir. Üstelik bu sektör, kaydedilen tüm teknolojik gelişmelere rağmen, hâlâ emek-yoğun üretimin hâkim olduğu bir üretim sürecine sahiptir. Sektördeki üretim ve istihdam pratiklerini anlayabilmek için kısa bir tarihsel bağlama bakmak yerinde olacaktır.

1980'lere kadar giyim ve ayakkabı sektörlerinde, toplu miktarlarda üretilen ve sezondan sezona fazla değişim göstermeyen standart tarzda ürünler sektöre hâkimdi. Yine bu dönemde üretimde kullanılan malzemelerin ve nihai ürünlerin tüketicisine nispeten yakın yerlerde üretildikleri görülmektedir. Sektör daha ziyade arz tarafından yönlendirilen, üretim süreçleri daha kestirilebilir ve sezon üretimleri de genelde iki sezon olarak (bahar/yaz ve sonbahar/kış) yapılan bir nitelik taşımaktaydı. 1990'lara gelindiğinde ise sektörde durumun değişmiş olduğu görülmektedir. Hem ürün çeşitlerindeki büyük artış, markalaşmanın öne çıkması, yükselen uluslararası rekabetin üretim maliyetlerinin düşürülmesini zorunlu kılmaya başlaması ve sektörde pazarlık gücünün giderek üreticilerden alıcılara kaymaya başlaması bu değişimin göstergeleriydi. 1990'lı yıllar, üretimin deniz aşırı konumlara taşınmaya ya da düşük maliyetli üreticilere fason üretim yaptırılmasına da şahit oldu.

Bugün bu sektörlerdeki rekabet en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Giyim şirketlerinin büyük çoğunluğu, gelişmiş ülkelerde tasarladıkları ve pazarladıkları malları düşük üretim maliyetleri olan ülkelerde üretmekte/ürettirmektedir. Ürün çeşitliliğinin yanı sıra bir yılda üretilen koleksiyon sayıları da büyük artış göstermekte; bazı moda markalarının aynı yıl içinde 20'ye varan sayıda farklı koleksiyon piyasaya sürdükleri görülmektedir⁴⁴. Sektördeki daha hızlı, daha esnek ve daha düşük maliyetli üretime yönelme trendi 2005 yılında tekstil ve ilgili ürünlerde uygulanan koruma önlemlerinin ve 1974'ten itibaren kullanılan kota sisteminin ortadan kaldırılmaya başlanmasıyla daha da pekişmiştir. Deri ve ayakkabı endüstrilerinde de benzer gelişmeler yaşanmışsa da, bu sektörlerdeki ticareti küresel olarak düzenleyen bir anlaşma bulunmadığı için bu sektörlerdeki dönüşüm, tekstil ve giyim sektörlerine oranla daha yavaş gerçekleşmiştir.

2008 yılında yaşanan ve etkileri küresel düzeyde hissedilen ekonomik kriz, bilhassa bu endüstrileri olumsuz etkilemiştir. Özellikle sektörün bel kemiği durumunda bulunan yerel KOBİ'ler finansal krizden çok fazla etkilenmiş, bu durum pek çok işletmenin iflasına ve büyük istihdam kaybına neden olmuştur. ILO (International Labour Organisation) verilerine göre 2008 krizinin ardından 8 bin tekstil, giyim ve ayakkabı üretim birimi kapatılmış; bu durum 11 milyon kişinin tam zamanlı işlerini ve 3 milyon işçinin ise kısa dönemli işlerini kaybetmesine neden olmuştur.⁴⁵

Bugüne geldiğimizde deri, giyim ve ayakkabı sektörleri, coğrafi olarak geniş alanlara dağılmış bir üretim ve piyasa tarafından yönlendirilen hızlı dönüşümlere açık sektörler olarak öne çıkmaktadır. Üretim süreçlerinin gelişmiş ülkelerin dışına çıkması, gelişmekte olan ülkelerde milyonlarca insan için istihdam yaratılmasını sağlamış; bu da ülkeler ve özellikle de kadınlar için faydalı olmuştur. DGA sektörleri bugün büyük ölçekli şirketler tarafından

⁴⁴ ILO Raporu, Tekstil, Giyim, Deri ve Ayakkabı Sanayilerinde Ücretler ve Çalışma Saatleri; s:1 http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_300463.pdf (Erişim Tarihi 20.06.2016)

⁴⁵ A.g.k., s:2

yönlendirilmekte; bu şirketler hangi ürünlerin, nerede ve kimler tarafından üretileceğine karar vermektedir. Bu nedenle üretim, en avantajlı görülen yere hızla kaymakta; bu durum da oldukça hızlı değişimleri beraberinde getirmektedir. Bu üretim tarzı, gelişmekte olan ülkeler açısından yönetilmesi zor olsa da kalkınma ve istihdam konularında önemli potansiyel taşımaktadır.

2.1.5. Sektörde İstihdam Trendleri

Bileşmiş Milletler Endüstriyel Gelişme Örgütü (UNIDO)nün 2013 yılı için yayımladığı Uluslararası Endüstriyel İstatistikler Yıllığı, son yıllarda elde edilen verilere göre bu sektörlerdeki istihdam seviyelerini açıklamaktadır. Ancak bu çalışmayı raporunda kullanan Uluslararası Çalışma Örgütü, farklı kaynaklarda çok farklı istihdam rakamlarına ulaşmanın mümkün olduğunu da belirtmekte ve daha sağlıklı istihdam istatistiklerine ulaşmanın önemini vurgulamaktadır.

Tablo 9. Üretici Ülkelerde Tekstil ve Giyim Sektöründe İstihdam Seviyeleri, ilk 10 ülke

Ülke	Toplam Nüfus	Tekstil Endüstrisi İstihdam	Giyim Endüstrisi İstihdam	Tekstil ve Giyim Toplam İstihdam	Yıl
Çin	1.35 milyar	6,700,000	4,501,100	11,201,100	2010
Hindistan	1.25 milyar	1,379,264	862,689	2,241,953	2009
Vietnam	89.71 milyon	195,551	844,069	1,039,620	2010
Brezilya	202.77 milyon	308,155	671,356	979,511	2010
Endonezya	249.9 milyon	498,005	464,777	962,782	2009
Tayland	67.01 milyon	311,554	345,835	657,389	2006
Türkiye	74.93 milyon	265,957	329,584	595,541	2009
Pakistan	182.1 milyon	438,657	62,388	501,045	2006
ABD	318.9 milyon	290,804	130,340	421,144	2008
İtalya	59.83 milyon	182,177	199,001	381,178	2009

Kaynak: ILO Raporu⁴⁶

Tekstil ve giyim endüstrilerinin en büyük ihracatçısı konumunda bulunan Çin, beklenileceği gibi, bu sektörde en fazla insanı istihdam eden ülkedir. Tekstil endüstrisinde 6.7, giyim endüstrisinde ise 4.5 milyon insanı istihdam eden ülke; toplamda 11.2 milyon kişiye bu alanlarda çalışma imkânı sağlamaktadır. Nüfusu neredeyse Çin’le aynı seviyede olan Hindistan, bu endüstrilerde istihdam edilen kişi sayısında ikinci sırada yer alsa da toplamda 2.2 milyon kişiye istihdam sağlamakta, yani Çin’in ulaştığı istihdam seviyesinin %20’sine bile ulaşamamaktadır. Kendi nüfusuna oranla bu sektörlerde en fazla istihdama sahip olan ülke ise genel toplamda 3. sırada yer alan Vietnam’dır. 89.7 milyonluk bir nüfusa sahip olan

⁴⁶ s.9; http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_300463.pdf (Erişim Tarihi 20.6.2016)

ülkede, giyim ve tekstil endüstrilerinde çalışan insan sayısı 1 milyonun üzerindedir. Türkiye de 75 milyon civarındaki nüfusuna oranlandığında çok ciddi bir istihdam seviyesine sahiptir ve bu endüstrilerde 600 bine yakın kişiyi istihdam etmektedir.

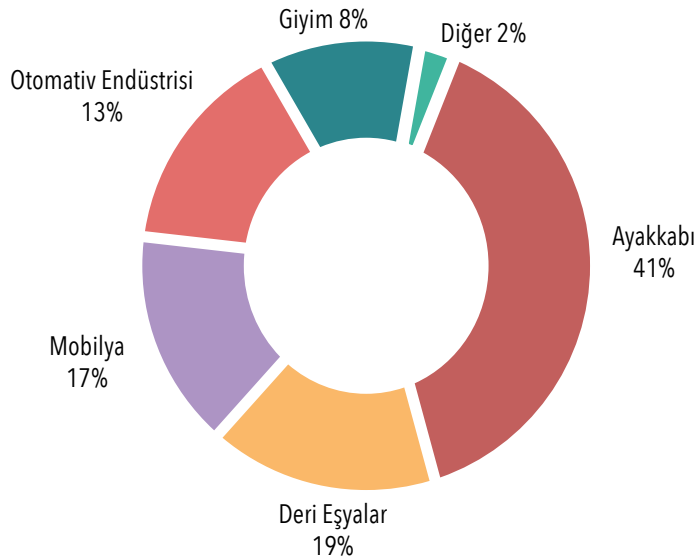
2.2. AB’de Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü

2.2.1. AB’de Deri Sektörü

Avrupa Birliği açısından bakıldığında deri sektörünün önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Bu sektörde aktif bulunan yaklaşık 36 bin işletme, 435 bin civarında kişiyi istihdam etmektedir ve sektördeki toplam ciro 2015 yılında 48 milyar avro (53.8 milyar dolar) olmuştur.⁴⁷ Deri sektöründe en kaliteli ham madde olan buzağı derilerinin kaynağı olarak öne çıkan AB ekonomisinde, bu sektörde üretim yapan işletmelerin büyük çoğunluğu, aile şirketi hüviyetindeki küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Ayrıca deri sektörü, AB ekonomisi içerisinde, bölgesel yoğunlaşmanın en fazla olduğu sektörlerin başında gelmektedir.

AB içerisinde tabaklama sanayisi, oldukça gelişmiş olup uluslararası deri pazarında artan küresel rekabete rağmen hâlen en büyük deri üreticisi konumundadır.⁴⁸ AB’de deri üretiminin hangi sektörlerle yönelik olduğuna oransal açıdan baktığımızda en önemli yeri, ayakkabı üretiminin kapladığını; onu takiben de deri eşyalar, mobilya ve otomotiv endüstrilerinin geldiğini görüyoruz.

Şekil 6. AB Deri Sektöründeki Üretimin Yöneldiği Alanlar



Kaynak: AB Verileri⁴⁹

⁴⁷ AB Resmî İnternet Sayfası, Deri Sektörü; http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/leather/eu-industry/index_en.htm

⁴⁸ A.g.k.

⁴⁹ http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/leather/eu-industry/index_en.htm (Erişim Tarihi 15.06.2016)

Belirtildiği gibi AB tabaklama sanayisinin -dünya deri ticaretinde çok önemli bir yere sahip olsa da- son yıllarda özellikle Asya ve Amerika kıtalarındaki deri ve tabaklama sanayilerinde görülen önemli gelişmeler nedeniyle piyasa payı daralmaktadır. AB deri ve tabaklama sanayilerinin karşı karşıya bulunduğu iki tür ticari bariyerden bahsedilebilir. Birinci tür engeller işlenmiş derinin ihracını zorlaştıran ticaret bariyerleridir. İkinci ve son dönemde daha fazla öne çıkan engel ise tabaklama sanayisinin ham madde olan deri ve postlara erişimini kısıtlayan bariyerlerdir. Özellikle son yıllarda AB içindeki dana eti üretimi ve mezbalalarda kesilen hayvan sayılarında önemli düşüşler kaydedildiği için, AB deri endüstrisinin Avrupa dışındaki ham maddeye erişimi daha kritik bir öneme sahip olmuştur.⁵⁰

Avrupa Standartlaştırma Komitesine ait olan “CEN TC 289”⁵¹ isimli teknik birim, deri sanayisinde ve seri ürünlerinin satıldığı sektörlerde geçerli olmak üzere Avrupa standartlarını belirlemektedir. An itibarıyla Avrupa’da deriyle ilgili 143 standart bulunmaktadır. Bu standartlardan birkaçı; çeşitli deri ürünlerine uygulanacak testler, mobilyalarda kullanılması önerilen deri değerleri, mikroskop kullanılarak derinin diğer materyallerden nasıl ayırt edileceğiyle ilgili yöntemin detaylı tarifini vs. içermektedir.⁵²

2.2.2. AB’de Tekstil ve Giyim Sektörü

Tekstil ve giyim sektörünün, AB ekonomisinde istihdam açısından çok önemli bir yer tuttuğunu görüyoruz. 2013 verilerine göre AB içerisinde bu sektörde 185 bin civarında şirket bulunmakta ve bu şirketler 1.7 milyon kişi istihdam ederken 166 milyar avro (186.2 milyar dolar) değerinde bir toplam ciroya ulaşmaktadır. Bu sektör, AB ekonomisindeki katma değerlerin %3’ünü ve imalat sektöründeki toplam istihdamın da %6’sını teşkil etmektedir. Bu sektör de AB içerisinde neredeyse tamamıyla küçük ölçekli işletmeler etrafında şekillenmektedir. Sektöre bakıldığında 50 ve daha az sayıda işçi çalıştıran işletmeler, iş gücünün %90’ını istihdam etmektedir ve aynı işletmeler sektördeki katma değerlerin neredeyse %60’ını üretmektedir.⁵³

AB içerisinde bu sektördeki en büyük 5 üretici ülke, aynı zamanda birliğin en kalabalık 5 üyesi olan İtalya, Fransa, Birleşik Krallık, Almanya ve İspanya’dır. Toplandığında bu 5 ülkenin üretimi AB’deki toplam üretimin %75’ine tekabül etmektedir. Güney Avrupa’da bulunan İtalya, Yunanistan ve Portekiz gibi ülkeler ile AB’ye yeni katılmış Romanya, Bulgaristan ve Polonya gibi ülkeler toplam giyim üretimine daha fazla katkıda bulunmakta iken; Avrupa’nın kuzeyinde bulunan Birleşik Krallık, Almanya, Belçika, Hollanda, Avusturya ve İsveç gibi ülkeler daha çok tekstil üretiminde, özellikle de aşağıda açıklanan teknik tekstil ürünlerinin üretiminde öndedir.

⁵⁰ AB Resmî İnternet Sayfası, Deri Sektörü; http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/leather/eu-industry/index_en.htm (Erişim Tarihi 15.06.2016)

⁵¹ Bu birimin yapısı, çalışmaları ve Avrupa Deri Standartlarının tamamına https://standards.cen.eu/dyn/www/?p=204:7:0:::FSP_ORG_ID:6270&cs=1D94EDB2FE5C01AE4CCBB7FD5301B0043 adresinden ulaşılabilir (Erişim Tarihi 15.06.2016)

⁵² AB Resmî İnternet Sayfası, Deri Sektöründe Avrupa Standartları; http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/leather/index_en.htm (Erişim Tarihi 20.6.2016)

⁵³ AB Resmî İnternet Sayfası, Tekstil ve Giyim Sektörü; http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing/eu/index_en.htm (Erişim Tarihi 20.6.2016)

AB içinde son dönemde bu sektör teknolojik değişimler, üretim maliyetlerindeki dönüşüm, önemli uluslararası rakiplerin ortaya çıkması ve ithalat kotalarının 2004'ten sonra ortadan kaldırılması gibi radikal değişimlere maruz kalmış; sektördeki şirketler de rekabetçiliklerini artırmak için önemli tedbirler almak zorunda kalmıştır. Şirketler sektörün bugünkü durumunda rekabet kabiliyetlerini artırabilmek için, basit ürünlerin toplu üretimini azaltarak ya da hepten bunlardan vazgeçerek daha fazla katma değer bulduğu ve daha geniş bir ürün yelpazesinde üretmeye konsantre olmuşlardır. Bu kapsamda AB şirketlerinin, kendilerine piyasa lideri olabilecekleri alan arayışında oldukları ve özellikle teknik/endüstriyel tekstil (endüstriyel filtreler, hijyen ürünleri, otomotiv ve medikal sektörlerine yönelik ürünler, vb.) ve yüksek derecede tasarım bileşenine sahip yüksek kaliteli kumaşların üretiminde lider pozisyonunda bulundukları görülmektedir.⁵⁴

AB sınırları içerisinde üretilen tekstil ve giyim ürünlerinin %20'si AB dışındaki ülkelere satılmaktadır. Bu rakam dünya pazarının %30 kadarına tekabül etmekte ve AB'yi, tekstil ve giyim sektöründe küresel ticaretteki en kilit oyuncularından birisi yapmaktadır. İhracat hacminin yanı sıra AB Ortak Pazarı aynı zamanda pazar büyüklüğü, yüksek kalite ve tasarıma verilen önemle de öne çıkmaktadır. AB Komisyonu bu sektörde AB'nin sahip olduğu payı korumak ve artırmak için gerek Dünya Ticaret Örgütü gibi çok taraflı kurumlar içerisinde, gerek ikili müzakere ve serbest ticaret anlaşmaları yoluyla ve gerekse Kolombiya ve Çin'le kurulan diyaloglar yoluyla çalışmalar yürütmektedir. AB bu sektörde toplamda negatif bir ticaret dengesine sahip olsa da, yani toplam ithalatı toplam ihracatından fazla olsa da, son yıllarda ithalat seviyesindeki %4 artışa karşın ihracat seviyesi %13 seviyelerinde artış göstermiştir.⁵⁵

2.2.3. AB'de Ayakkabı Sektörü

AB ayakkabı sektörü ise 21 bin civarında işletme ile 24 milyar avro (26.9 milyar dolar) değerinde bir toplam ciroya sahiptir. 6.2 milyar avro (6.9 milyar dolar) dolayında bir katma değer üreten sektör aynı zamanda 280.000 kişiyi doğrudan istihdam etmektedir.⁵⁶

Toplam AB üretiminin 2/3'ü üç ülke tarafından gerçekleştirilmektedir: İtalya, İspanya ve Portekiz. Yalnızca İtalya, üretimin yaklaşık %50'sini gerçekleştirmektedir. Avrupa ayakkabı endüstrisi genel itibarıyla küçük ölçekli işletmelerden müteşekkil olup bunlar ortalama olarak 10-15 çalışan istihdam etmekte ve 1 milyon avro civarında bir ciroya sahip olmaktadır. Ancak son dönemlerde üretim süreçlerinin deniz ötesi noktalara taşınması trendinin de etkisiyle AB ayakkabı sektöründeki şirket ve çalışan sayısı düşüş göstermiştir. Bu nedenle pek çok Avrupalı şirket daha yüksek kaliteli ve yüksek katma değerli piyasa segmentlerine ve özelleşmiş piyasalara yoğunlaşmaya başlamıştır. Bunlar arasında en kaliteli ayakkabılar,

⁵⁴ AB Resmî İnternet Sayfası http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing/eu/index_en.htm (Erişim Tarihi 15.6.2016)

⁵⁵ AB Resmî İnternet Sayfası, Tekstil ve Giyim'de Uluslararası Ticaret; http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing/international-trade/index_en.htm (Erişim Tarihi 15.6.2016)

⁵⁶ AB Resmî İnternet Sayfası, Ayakkabı Sektörü; http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/footwear/eu-industry/index_en.htm (Erişim Tarihi 15.6.2016)

çocuk ayakkabıları, özel amaçlarla üretilen ayakkabılar (koruyucu ayakkabılar, golf ayakkabıları, kayak gereçleri, vb.) ve ısmarlama ayakkabılar öne çıkmaktadır.⁵⁷

Her ne kadar ayakkabı ticaretinde AB hâlâ ticaret açığına sahip olsa da dış pazarlara ihracatında hatırı sayılır seviyelerde artış gözlenmektedir. 2010-2013 yılları arasında ihracat %48 oranında artmıştır. Rusya, ABD ve İsviçre en büyük ihracat destinasyonları olmaya devam etse de, ihracat oranlarındaki en büyük artışlar Çin, Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkiye'ye yapılan satışlarda gözlenmiştir. AB'ye ithal edilen ayakkabıların %50'lik devasa bir bölümü ise tek başına Çin'den gelmektedir. Ona en yakın kaynak ülke %14'lük oranıyla Vietnam'dır.⁵⁸

2.2.4. AB'ye Katılım Süreci

AB'ye katılım sürecinde işletmelerin, esnaf ve sanatkârların maruz kalmakta olduğu ve gelecekte de maruz kalacağı bazı değişiklik ve düzenlemeler yer almaktadır. Bu bölümde öncelikle mevzu bahis değişiklik ve düzenlemelerin içeriği ve daha sonra da işletmeler ile esnaf ve sanatkârlar üzerindeki etkileri üzerinde durulacaktır.

Uluslararası ticaret açısından AB'de tekstil ve hazır giyim ürünleri, Dünya Gümrük Örgütü'nün Armonize Sistem (Harmonized System-HS) numaralarına göre sınıflandırılmaktadır ve tüm dünyada ilk 6 hane bazındaki sınıflandırmalar uyumluluk göstermektedir. Gümrük Birliği kapsamında Türkiye ile AB arasında ise tekstil ve hazır giyim ürünlerinde ilk 10 hane sınıflandırmaları birbirleri ile uyumlu durumdadır.⁵⁹ AB'de, sektörde en güçlü konumdaki ülkeler olan İtalya, Fransa, İngiltere, Almanya ve İspanya, toplam tekstil ve hazır giyim üretiminin yaklaşık $\frac{3}{4}$ 'ünü gerçekleştirmektedir. Teknolojik gelişmeler, üretim maliyetlerindeki artış, ithalat kotalarının 2005'te kaldırılması ve yeni uluslararası rakiplerin ortaya çıkması gibi gelişmeler, son yıllarda Avrupa tekstil ve hazır giyim sektörünü radikal bir dönüşüme zorlamaktadır. Bu kapsamda, yeniden yapılanma sürecine giren sektördeki firmaların önemli bir çoğunluğu, seri imalattan uzaklaşarak tasarım kalitesi, inovasyon ve teknolojiyi öne çıkaran, katma değeri yüksek ürünlerin imalatına yönelmektedir. Bu dönüşüm, AB'li üreticileri, teknik tekstil sektöründe dünya lideri konumuna getirirken, özellikle iş gücü maliyetlerinin düşük olduğu Akdenizli bazı üye ülkeler, hâlen seri üretim ve fason üretimde rekabet güçlerini koruma çabalarını sürdürmektedir.⁶⁰ Müzakere sürecinde Türkiye, AB'nin tüm hukuk sistemini aşamalı olarak benimsemek ve üyelikle birlikte uygulamakla yükümlüdür. "AB müktesebatı" olarak adlandırılan ve yaklaşık 125.000 sayfadan oluşan bu sistem; tüzük, karar ve direktif gibi düzenlemelerin yanı sıra, bunların kaynağı olan anlaşmaları ve Avrupa Birliği Adalet Divanı kararlarını da kapsamaktadır. Oldukça teknik ve karmaşık bir yapıya sahip olan AB müktesebatı, aday ülkeler ile yürütülen üyelik müzakerelerini kolaylaştırmak amacıyla, 35 ayrı başlık altında incelenmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektörünü ilgilendiren tüm AB düzenlemelerinin toplandığı tek bir müktesebat

⁵⁷ A.g.e.

⁵⁸ A.g.e.

⁵⁹ Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri; http://www.aia-istanbul.org/files/tekstil_sanayii.pdf (21.5.2016)

⁶⁰ Avrupa Komisyonu İşletme ve Sanayi Genel Müdürlüğü; <http://www.ab.gov.tr/index.php?p=46035> (19.5.2016)

başlığı bulunmamaktadır. Sektörü doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen düzenlemeler, farklı müktesebat başlıkları altında dağınık bir biçimde yer almaktadır. Örneğin, sektöre ilişkin spesifik kurallar getiren Tekstil İsimleri Direktifi “Malların Serbest Dolaşımı”; tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri de kapsayan çevresel yükümlülüklerle ilişkin Entegre Kirliliğin Önlenmesi ve Kontrolü Direktifi ve kimyasallara ilişkin REACH Tüzüğü gibi düzenlemeler “Çevre”; sektör açısından büyük önem taşıyan marka, tasarım ve buluşların korunması ile ilgili konular “Fikri Mülkiyet Hukuku”; organik tekstil ürünlerini ilgilendiren düzenlemeler “Tarım ve Kırsal Kalkınma”; sektörün yararlandığı AR-GE ve inovasyona ilişkin programlar “Bilim ve Araştırma”; biyosit içeren tekstil ürünlerine yönelik düzenleme “Tüketicinin ve Sağlığın Korunması”; gümrük tarifeleri ve tercihli ticaret anlaşmaları gibi sektörün dış ticaretine ilişkin konular ise “Gümrük Birliği” ve “Dış İlişkiler” başlıkları altında ele alınmaktadır.

Raporumuzun bu bölümünde yukarıda sıralanan başlıklar altında Türkiye’de deri, giyim ve ayakkabı sektörünün AB’ye katılım sürecinde maruz kaldığı ve kalacağı değişiklikler ve bu değişikliklerin bu sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar üzerindeki etkileri incelenecektir.

AB, tekstil ve hazır giyim sektöründe Tek Pazar’ın sağlıklı bir şekilde işlemlerini sağlamak amacıyla, ilgili ürünlerin isimleri, içerikleri ve etiketlenmelerine ilişkin üye devlet düzenlemelerini Birlik düzeyinde uyumlaştırmaktadır. Söz konusu düzenlemelerin uyumlaştırılması, yalnızca Tek Pazar’ın işleyişi değil, tüketicilerin doğru bir şekilde bilgilendirilmesi ve bu konuda asgari bir koruma düzeyi sağlanması açısından da önem taşımaktadır. AB’nin 1971 yılında, ilgili üye devlet yasalarını yakınlaştırmak amacıyla kabul ettiği tekstil isimleri Direktifi, Birliğin bu alandaki ilk yasal düzenlemesini oluşturmaktadır. Bugün ise, tekstil ürünlerinin etiketlenmesine ilişkin hususlar, 2008 yılında yayınlanan yeni bir “Tekstil İsimleri Direktifi” ile düzenlenmektedir.⁶¹

Tekstil ve hazır giyim, bazı lüks ürün grupları ile birlikte, dünyada fikri mülkiyet hakları ihlallerinden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Bu ihlaller, özellikle, kalite, tasarım, yenilikçilik ve markalaşmaya ciddi yatırımlar yaparak önemli kazanımlar elde eden AB’li firmalar açısından büyük bir tehdit oluşturmaktadır. Bu nedenle, tekstil ve hazır giyimde fikri mülkiyet haklarının korunması, Avrupa Komisyonu’nun sektöre yönelik politikalarında öncelikli bir yere sahiptir. Türkiye’nin, AB’ye katılım sürecinde fikrî mülkiyet haklarına ilişkin fasıllara uyma konusunda oldukça büyük bir çaba göstermekte olduğu görülmektedir. Türk mevzuatında ticari markaların, tasarımların ve buluşların korunması konularında bazı kanun tasarıları bulunmaktadır. Bu kanun tasarılarının bazıları hâlihazırda yasalaşmış, bazıları ise yasalaşma sürecindedir.

AB’ye katılım sürecinde değinilmesi gereken bir diğer konu ise “REACH Tüzüğü”dür. Kimyasalların kayıt altına alınması, değerlendirilmesi, izne tabi tutulması ve sınırlandırılmasını kapsayan REACH Tüzüğü, kimyasal maddelerden kaynaklanan riskleri kontrol altına alarak, çevre ve insan sağlığının üst düzeyde korunmasını hedeflemektedir. Bu çerçevede

⁶¹ Tekstil İsimleri Direktifi; http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing/legislation/index_en.htm (Erişim Tarihi: 19.5.2016)

sanayiye, kimyasalların güvenli kullanımını temin edecek verilerin toplanması ve üretilmesi yükümlülüğü getirilmektedir. Kimyasal maddeler ve müstahzarlara yönelik hükümler içeren Tüzük, söz konusu maddelerin üretilmeleri, piyasaya sürülmeleri, kendi başlarına, müstahzarların ya da eşyaların içerisinde kullanılmaları ile piyasaya sürülmelerine ilişkin hükümleri düzenlemektedir. Türkiye henüz AB üyesi olmadığından REACH sistemi, ülke içi üretimde ve AB dışı ülkelere ihracatta kısa vadede doğrudan bir etki yaratmamaktadır. Bir başka ifadeyle, iç piyasaya ve üçüncü ülkelere yönelik üretim yapan işletmelerin Tüzüğe getirdiği koşullara uyum sağlaması gerekmemektedir. Ancak AB ülkelerine ihracat yapan üreticilerin ve ürünleri, Tüzük kapsamında yer alan yüksek riskli maddeler barındıran işletmelerin, kayıt ve/veya bildirimde bulunmaları gerekmektedir.⁶²

AB'ye uyum sürecinde bir başka önemli konu olan “entegre kirliliğinin önlenmesi ve kontrolü” ve “organik çözücü emisyonuna ilişkin düzenleme” ise Türkiye'nin AB'ye henüz tam olarak uyum sağlayamadığı konulardır.

Türkiye, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi kapsamında EK-1 listesinde yer alması ve Kyoto Protokolü kapsamında EK-B listesinde yer almaması nedeniyle, hâlihazırda emisyon ticaret sistemi kapsamına girmemektedir. Türkiye'de sera gazı emisyon ticareti sisteminin oluşturulabilmesi için, öncelikle sera gazı emisyonlarının izlenmesini, raporlanmasını, sistemde ticarete konu olacak unsurların tanımlanmasını sağlayacak teknik ve kurumsal altyapının tesis edilmesi gerekmektedir. Sistemin uygulanması durumunda, sanayi üzerinde yaratacağı etkilerin ölçülebilmesini sağlamak üzere ise 1990-2014 dönemini kapsayan Sera Gazı Emisyon Envanteri hazırlanmış bulunmaktadır. Ayrıca, emisyon azaltımının sanayi üzerindeki etkilerinin belirlenmesine yönelik olarak Devlet Planlama Teşkilatı tarafından Ocak 2009'dan bu yana, “Sektörel Sera Gazı Azaltım Potansiyelleri ve Maliyetleri Projesi” yürütülmektedir.⁶³

Türkiye, tehlikeli maddelerle ilgili büyük kaza risklerinin kontrolü ve etkilerinin önlenmesi ve azaltılmasına ilişkin Seveso II Direktifi'ne 18.8.2010 tarihinde yayımlanan Büyük Endüstriyel Kazaların Kontrolü Hakkında Yönetmelik ile uyum sağlamış bulunmaktadır.⁶⁴

AB'ye katılım sürecinde anahtar nitelikteki konulardan bir diğeri ise endüstriyel kazaların önlenmesidir. AB, bu durumu engellemek amacıyla çeşitli yöntemlere başvurmaktadır. Bunların başında, anti-damping ve anti-sübvansiyon önlemleri gelmektedir. İhraç edilen ürün fiyatlarının, ürünün iç piyasadaki normal değerinin (iç piyasada uygulanan fiyat veya üretim maliyeti) altında tutulması “damping” olarak değerlendirilmektedir. Avrupa Komisyonu, AB'li işletmelerin şikayetleri veya kendi girişimi ile başlattığı incelemeler sonucunda, uygulanan fiyatın “dampingly” olduğuna karar verdiğinde, kıymet üzerinden (ad valorem) vergi, spesifik vergi veya fiyat yükseltme şeklinde uygulanan “anti-damping” önlemlerine başvurabilmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektöründeki anti-damping önlemleri, genellikle,

⁶² European Chemical Industry; http://newsletter.echa.europa.eu/home/-/newsletter/entry/1_13_textile (Erişim Tarihi 19.5.2016)

⁶³ Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası; http://www.ebrd.com/downloads/research/economics/publications/specials/Turkey_MACC_report_TURK.pdf (Erişim Tarihi: 19.5.2016)

⁶⁴ AB Seveso II Direktifi; http://www.csb.gov.tr/db/ced/editor/dosya/seveso_dea_tr.pdf (Erişim Tarihi: 19.5.2016)

bitmiş hazır giyim ürünlerinden çok; polyester kesik elyaf iplikleri, nevresim takımları ya da mefruşat gibi ürünlerde gündeme gelmektedir. AB, benzer önlemlere, Birliğe ihracat yapan işletmelerin kendi ülkelerinde sağlanan özel sübvansiyonlardan faydalanmaları hâlinde de başvurabilmektedir. Bu tür sübvansiyonların üçüncü ülke ihracatçılarına sağladığı avantajları etkisiz kılmak amacıyla alınan bu tedbirler, “anti-sübvansiyon” önlemleri olarak adlandırılmaktadır.⁶⁵

AB, çalışanların sağlık ve güvenliğini korumak amacıyla, çalışma sürelerini birtakım asgari şartlara tabi tutmaktadır. İlgili Direktif’e göre, kıdemi ne olursa olsun, tüm çalışanların yılda en az 4 hafta ücretli izin kullanma hakkı bulunmaktadır. Düzenlemede öngörülen haftalık azami çalışma süresi ise, fazla mesai dâhil, 48 saattir. Dinlenme ve gece çalışma sürelerini de düzenleyen Direktif uyarınca, çalışanların, günde 11 saat kesintisiz dinlenebilmeleri gerekmektedir. İşverenler aynı zamanda, bir gün için öngörülen bu süreye ilaveten, haftalık olarak da (7 günlük her zaman dilimi için) çalışanlarına 24 saatlik kesintisiz bir dinlenme süresi tanımakla yükümlüdür. Çalışma süresinin günde 6 saati aşması hâlinde ise, mutlaka bir dinlenme arası verilmesi gerekmektedir. 4857 sayılı İş Kanunu; çalışma süreleri, gece çalışma süreleri ve dinlenme süreleri, hafta tatili, postalar hâlinde çalışma, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili birçok konuyu, AB mevzuatına uygun bir şekilde düzenlemektedir. Ancak, Türk mevzuatının, ilgili AB düzenlemesi ile uyumsuz olduğu noktalar da vardır. Bunların başında, asgari yıllık ücretli izin konusu gelmektedir. Türk mevzuatı henüz, çalışanlara, AB’de olduğu gibi kıdemleri ne olursa olsun yılda en az 4 hafta ücretli izin kullanma hakkı tanımamaktadır. Türkiye’de, hizmet süresi 1 ila 5 yıl arasında olanlar en az 14 gün, 5 ila 15 yıl arasında olanlar en az 20 gün, 15 yıl ve üstü olanlar en az 26 gün ücretli izin hakkına sahiptir. İş yerindeki ilk yılını doldurmayanların ise, ücretli izin hakkı bulunmamaktadır.⁶⁶ İş yerlerindeki sağlık ve güvenlik koşulları, iş ekipmanlarının kullanımına ilişkin düzenlemeler, çalışanların kimyasal, fiziksel ve biyolojik etkenlerden korunması gibi konularda da Türkiye’nin AB müktesebatı ile tam anlamıyla uyum sağlaması gerekmektedir.

Türkiye, AB’nin Çerçeve Programlarına 2002 yılından bu yana katılım sağlamaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörünün de yararlanma imkânına açık olan 7. Çerçeve Programı’nın Türkiye’deki koordinasyonu TÜBİTAK; Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Çerçeve Programı’nın koordinasyonu ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. AB’de sektörün yararlanabildiği bir başka hibe kaynağı olan Yapısal Fonlar ve Uyum Fonu ise sadece üye ülkelerin kullanımına açık olduğundan, Türk firmaları henüz bu fonlardan faydalanamamaktadır.

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların AB’ye katılım sürecinde yukarıda sıralanan önemli değişiklik ve düzenlemelerden nasıl etkilendiği ve etkileneceği ise bir diğer önemli konudur.

Türkiye ve AB arasındaki ilişkilerin hukuki zemini, 1964 yılında yürürlüğe giren ve ortaklığın temel ilkelerini belirleyen Ankara Anlaşması’na dayanmaktadır. Nihai amacı Türkiye’nin AT’ye tam üye olması olan Ankara Anlaşması ile, Türkiye ve Topluluk arasında üç

⁶⁵ Avrupa Birliği’ndeki Vergi Uyum Çalışmaları ve Türkiye; <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2005-56-111> (Erişim Tarihi: 19.5.2016)

⁶⁶ 4857 sayılı İş Kanunu; <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4857.pdf> (Erişim Tarihi: 18.5.2016)

kademede tamamlanacak bir ortaklık ilişkisi kurulmuş ve son dönemde Gümrük Birliği'nin kurulması temel aşama olarak belirlenmiştir. Hazırlık döneminde Türkiye, herhangi bir yükümlülük üstlenmemiştir. 1973 yılında yürürlüğe giren Katma Protokol ile, birinci gümrük indirim ve konsolide liberasyon listesi uyumu gerçekleştirilerek geçiş dönemi fiilen başlamıştır. 22 yıllık geçiş döneminin ardından son döneme gelinmiş, 1/95 sayılı Türkiye- AB Ortaklık Konseyi Kararı çerçevesinde sanayi ürünleri ile işlenmiş tarım ürünlerinin serbest dolaşımına imkân veren Gümrük Birliği 1.1.2006 tarihi itibarıyla kurulmuştur.⁶⁷

Esnaf ve sanatkârlar açısından Gümrük Birliği'nin spesifik olarak olumlu veya olumsuz etkilerini söyleyebilmek oldukça zordur. Ancak, ticaretin daha liberal hâle gelmesi sonucunda, perakende ticaret işinde çalışanlar, bu sektördeki yabancı sermayeli büyük işletmeler karşısında rekabet etmekte zorlanmış ve ekonomik krizlerin de etkisiyle önemli iş kayıpları yaşanmıştır.

Teknik mevzuat uyumunun hukuki alt yapısı için hazırlanan Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Çerçeve Kanun, 2002 yılında yürürlüğe girmiştir. Ancak, teknik mevzuatın uygulanmasında en önemli unsurlardan biri olan onaylanmış kuruluşlar ve piyasa gözetimini sağlayacak denetimlere ilişkin idari yapılanmada sorun vardır. 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı ile AB mevzuatına uygun ürünler iç pazara girebildiğinden onaylanmış kuruluşların yetersizliği imalatçıları zora sokmakta, maliyeti yükseltmekte ve zaman kaybına sebep olmaktadır. Yine CE işaretlemesi için yetkilendirilmiş kuruluşlar, onaylanmış kuruluşlar ve uygulanacak modüller açısından konuya bakıldığında, bilgi almada ve bunu uygulamada özellikle küçük işletmelerin belgelendirme için zorda kaldığı bir gerçektir.

Eğer sahip olduğu meslek o ülkede ulusal bir mevzuat ile düzenlenmişse, o ülkedeki yetkili kuruluş, başvuranın mesleki yeterliklerini gösteren belgeyi kendi ulusal düzenlemeleri ile karşılaştırır. Bu karşılaştırma sonucu önemli bir farklılık ortaya çıkmazsa başvuru sahibi mesleğini icra edebilir. Topluluk mesleki yeterliklerin karşılıklı tanınması sisteminin yeknesak uygulanabilmesini teminen, meslekleri 8 ayrı seviyede düzenlemek suretiyle belgelendirmiştir. Bunlar şu şekilde düzenlenmiştir:

- 1. Seviye-** İlköğretim diploması
- 2. Seviye-** Yaygın Eğitim Sertifikası(Çırak, 2. seviye sertifikalı)
- 3. Seviye-** Yaygın Eğitim Sertifikası (Kalfa, 3. seviye sertifikalı)
- 4. Seviye-** Meslek Lisesi Diploması- Teknisyen (Usta, 4. seviye sertifikalı)
- 5. Seviye-** Meslek Yüksekokulu Diploması- Tekniker (Ustabaşı, 5. seviye sertifikalı)
- 6. Seviye-** Fakülte Lisans Diploması (uzman, 6. seviye sertifikalı, lisanslı)
- 7. Seviye-** Yüksek Lisans Diploması
- 8. Seviye-** Doktora Diploması

⁶⁷ TESK, "Esnaf ve Sanatkârlar Raporu"; <http://www.tesk.org.tr/tr/yayin/esnafraporu.pdf> (Erişim Tarihi: 18.5.2016)

Hizmet sunumu serbestisine ilişkin çalışmalarda, en önemli hususlardan biri, diplomaların ve mesleki yeterliklerin karşılıklı tanınması için çıkarılan sektörel direktiflerdir. Avrupa Birliği'nde yerleşme hakkı ve hizmet sunumu serbestisine ilişkin hukuki ve fiili son engellerin de kaldırılması yönündeki çalışmalar sürdürülmektedir.

AB, sosyal devlet anlayışı kapsamında küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sayı ve kalitesinin artmasına yönelik birbirlerini takip eden ya da eş zamanlı olarak devam eden projeler ortaya koymaktadır. AB'nin üzerinde önemle durduğu bir konu olan KOBİ ve işletme politikasının temeli;

- KOBİ politikalarının diğer politikalarla koordinasyonunun sağlanması,
- AB ve ulusal seviyede KOBİ topluluğu ile düzenli diyalog kurulması,
- KOBİ'ler için idari basitleştirmelerin yapılması,
- Girişimciliğin desteklenmesi,
- Küçük İşletmeler Şartının uygulanması,
- Daha iyi mevzuat hazırlanması,
- Avrupa Bilgi Merkezleri Ağının kurulması,
- KOBİ'lerin geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin yapılması esaslarına dayanmaktadır.

Söz konusu politikaların uygulanması amacıyla KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı çıkarılmış ve 2007 yılında da revize edilmiştir. Strateji alanlarındaki faaliyetlerin hayata geçirilmesi ile, mevzuatın sadeleştirilmesi, karmaşık düzenlemelerin kaldırılması ve daha iyi iş ortamının sağlanması, girişimciliği destekleyecek uygulamalar olacaktır.⁶⁸

2.3. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründe KOBİ'ler ve KOBİ'lere Sağlanan Destekler

Her ne kadar, sektöre makro seviyede yön verenler çok uluslu büyük şirket ve holdingler olsa da, deri, giyim ve ayakkabı sektöründe geleneksel olarak yerel ve küçük işletmeler üretimin bel kemiği olmuştur. Esnaf ve sanatkârların bulunduğu bu tür yerel ve küçük işletmeler, kalkınma ve istihdam alanındaki önemlerinden dolayı yaygın biçimde ülke ekonomisinin “sessiz lokomotifleri” olarak bilinirler.⁶⁹ Yukarıda da belirtildiği gibi Avrupa'daki tekstil ve giyim endüstrilerindeki istihdamın %90'lık bir bölümünü KOBİ'ler sağlamaktadır. Son 10 yılda sektördeki üretimin küreselleşmesinden olumsuz yönde etkilenmekte olan Avrupa'da,

⁶⁸ Avrupa Birliği'ndeki KOBİ Tanımı; <http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/abde> (Erişim Tarihi: 17.5.2016)

⁶⁹ D. N. Rao, “WTO Sonrası Dünyada Tekstil Sektöründe KOBİ'leri Bekleyen Fırsat ve Tehditler”; s: 1 https://www.researchgate.net/publication/228146999_Prospects_and_Challenges_for_SMEs_in_Textile_Sector_in_the_Post_WTO_Era_An_Empirical_Study_in_the_Indian_Context (Erişim Tarihi 15.6.2016)

bu sektördeki KOBİ'leri daha etkin biçimde desteklemek için çalışmalar yoğunlaştırılmış durumdadır.⁷⁰

Bu çalışmalardan ve özellikle AB içerisindeki destek program ve uygulamalarından daha detaylı şekilde bahsetmeden önce, KOBİ kavramının tanımı üzerinde durmak gereklidir. KOBİ Türkçede “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme” ifadesinin kısaltılmasından oluşsa da bugün Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ifadesi daha yaygın kullanılmaktadır. KOBİ kavramı uluslararası olarak İngilizcedeki tam karşılığı olan *Small and Medium-sized Enterprises* (SME) şeklinde kullanılmaktadır. Bu kavram evrensel olarak kullanılmakta olan bir ekonomi kavramı olsa da tanımı ülkeden ülkeye değişiklik göstermekte ve genellikle belirli bir çalışan sayısı kriteri olarak kullanılmaktadır. AB, 250'nin altında çalışanı olan işletmeleri KOBİ olarak tanımlarken, ABD'de bu tanım 500'ün altında çalışan işletmeler için kullanılmaktadır. OECD kendisi kesin bir KOBİ tanımı yapmazken genel uluslararası uygulamaya uyduğunu ve 50-249 arası çalışanı olan işletmeleri orta ölçekli; 10-49 arası çalışanı olanları küçük ölçekli işletme ve 10'dan az sayıda çalışanı bulunanları ise mikro ölçekli işletme olarak tanımladığını bildirmektedir.⁷¹

Yapılan literatür ve kaynak taramalarında dünyanın pek çok farklı bölgesinde de durumun bundan farklı olmadığı anlaşılmakla beraber, bu endüstrilerin geçmişten bugüne tarihleri, üretim ve ticaretin küresel bir hâl alması ve bu küresel rekabet içerisinde piyasadaki değişimlere hızla cevap verecek esnek üretim pratiklerinin sağlanabilmesi gibi gereklilikler nedeniyle deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde KOBİ'ler ile esnaf ve sanatkâr işletmeleri çok önemli yer tutmaktadırlar. Ayrıca bu işletmeler, makro seviyedeki kalkınma hedeflerinden ziyade, tabandan başlayarak yukarı seviyelere çıkan bir kalkınma sürecinin de anahtarını ellerinde tutmaktadır. Bu sektörlerdeki üretim, istihdam ve ihracat gibi başlıca göstergelerde lider konumda bulunan ve son 30 yıldaki hızlı büyümesiyle gelişmekte olan bir ekonomi konumundan, gelişmiş ekonomiler arasında kendisinden bahsettirmeye başlayan Çin'in başarısı da KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki rolünü öne çıkarmaktadır (bkz. Çin Ülke İncelemesi).

AB, sektör ayırt etmeksizin üye ülkelerde bulunan KOBİ'lere bazı destekler sağlamaktadır. Sektör ve üye ülke ayırmaksızın tüm AB KOBİ'lerine destek amaçlı ve bazı durumlarda AB dışındaki KOBİ'lerin de kullanımına açık, uygulama ve programları kısaca gözden geçirmek yerinde olacaktır:

- **Avrupa İşletme Ağı (The Enterprise Europe Network- <http://een.ec.europa.eu/>)**⁷²: Bu ağ AB içerisindeki farklı büyüklükteki KOBİ'lere çeşitli alanlarda hizmetler sunan ve destek sağlayan, üye ülkelerde yerel ofisleri bulunan bir ağıdır. Sağ-

⁷⁰ AB'de bulunan çeşitli uygulama ve destekler aşağıda detaylandırılmaktadır. AB Komisyonunun üniversitelere sağladığı Ufuk 2020 Araştırma Çerçeve Programında da öne çıkan konulardan bir tanesi bu sektör ve sektördeki KOBİ'lerin desteklenmesi olmuştur: <http://horizon2020projects.com/il-interviews/tough-times-for-textiles/> (Erişim Tarihi 15.6.2016)

⁷¹ “KOBİ'leri ve Girişimcileri Finanse Etmek 2016: Bir OECD Skor Tahtası”, s.21, http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/industry-and-services/financing-smes-and-entrepreneurs-2016_fin_sme_ent-2016-en#page23 http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/industry-and-services/financing-smes-and-entrepreneurs-2016_fin_sme_ent-2016-en#page23 (Erişim Tarihi 15.6.2016)

⁷² http://ec.europa.eu/growth/smes/support/networks/index_en.htm (Erişim Tarihi 20.6.2016)

ladığı başlıca hizmetler arasında; yeni kurulan küçük ölçekli bir işletmenin tüm ihtiyaçlarını karşılayabileceği tek adres konumunda bulunmak, piyasa-pazarla ilgili bilgilere erişimlerini sağlamak, hukuksal ve mevzuatla ilgili sorunları çözmek ve KOBİ'lere AB içinde potansiyel partner ve iş bağlantılarını bulmalarında yardımcı olmak gelmektedir.

Daha detaylı olarak ifade etmek gerekirse, bu ağın amaçları şunlardır:

- KOBİ'lere uluslararası iş, teknoloji ve AR-GE partnerleri bulmak,
- KOBİ'lere AB Ortak Pazarı ve ötesinde aktif olma konusunda yardımcı olacak hizmetler sağlamak,
- Uluslararasılaşma ve inovasyon konularında destek sağlayarak KOBİ'lerin rekabet gücünü artırmak,
- Avrupa Komisyonu'na KOBİ'lerin seslerini ulaştırarak siyaset yapımı süreçlerine onları da dâhil etmek,
- KOBİ'lerin kaynak verimliliği konusunda bilinçlenmesini sağlamak,
- KOBİ'lerin finans kaynaklarına erişim konusundaki bilinç düzeylerini geliştirmek.
- ***Senin Avrupa İşletmen Portalı (Your Europe Business Portal- <http://europa.eu/youreurope/business/>)⁷³***: AB içindeki KOBİ'lerin yalnızca %25'i başka bir ülkeye ihracat yapmaktadır. Bu da AB içerisindeki Ortak Pazarın kendilerine sağlamış olduğu pek çok avantajdan faydalanamadıkları anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bu portal, AB içerisinde pazarını genişletmek ve başka AB ülkeleriyle ticaret yapmak isteyen KOBİ'lere destek olmak için oluşturulmuştur. Bu amaçla AB'nin kuralları hakkında pratik bilgiler sunulmakta ve ulusal mevzuatla ilgili rehberlik sağlanmaktadır. Ayrıca hedef ülkedeki ilgili birim, yardım masası ve otoritelerin linkleri ve iletişim bilgileri de bulunmaktadır.
- ***Avrupa Küçük İşletme Portalı (The European Small Business Portal- http://ec.europa.eu/small-business/index_en.htm)⁷⁴***: Bu portal da AB içerisinde KOBİ'lerle ilgili ve KOBİ'lere yönelik olarak bulunan bütün bilgi ve materyallerin bir adreste toplanması işlevini görmektedir. Bu bağlamda mevzuat, finansmana erişim, piyasalara erişim ve KOBİ'lerle ilgili politikalara dair zengin bir içeriğe sahiptir.
- ***KOBİ Uluslararasılaşma Portalı (The SME Internationalisation Portal- <https://webgate.ec.europa.eu/smeip/>)⁷⁵***: İsminden de anlaşılacağı gibi bu portalda da girişimci KOBİ'lere uluslararası ticaret yapabilmeleri konusunda destek sağlanmaktadır. Burada özellikle uluslararası piyasalarla iş yapma konusunda KOBİ'lere çeşitli hizmetler sağlayan üçüncü tarafların bilgileri yer almaktadır. Böylece AB içerisinde uluslararası ticaret konusunda sağlanan kamusal destek programlarının tamamı tek

⁷³ http://ec.europa.eu/growth/smes/support/networks/index_en.htm (Erişim Tarihi 20.6.2016)

⁷⁴ A.g.k.

⁷⁵ A.g.k.

kaynakta toplandığı gibi, diğer hizmet sağlayıcıları ve başka ülkelerde bulunan destek mekanizmaları hakkında da bilgiler sunulmaktadır.

- ***Fikri Mülkiyet Hakları Yardım Masaları (Intellectual Property Rights Help-desks- <https://www.iprhelphdesk.eu/>)***⁷⁶: Özellikle uluslararası ticarette Avrupalı KOBİ'lerin rekabet gücünü yükseltmek amacıyla AB KOBİ'lere fikri mülkiyet haklarını elde etme ve koruma konularında yardım sağlamaktadır. Bunun nedeni KOBİ'lerin zaman, kaynak ya da bilgi eksikliğinden dolayı haklarını etkin biçimde koruma konusunda yeterli olamamalarıdır.
- ***UFUK 2020 Araştırma ve İnovasyon Çerçeve Programı, KOBİ Aracı (The SME Instrument)***⁷⁷: Ufuk 2020 AB'nin daha önce de vermekte olduğu Çerçeve Programlarının devamı ve de en büyüğüdür. 2014-2020 yılları arasında, 7 yıllık bir süre için 80 milyar avroluk bir fon sağlamaktadır. Programın amacı; akademik ve bilimsel araştırma, AR-GE, teknolojik yenilik ve inovasyon konularını bir araya getirmektir. Bu bağlamda çok çeşitli fonlar sağlayan Ufuk 2020'nin araçlarından biri de KOBİ Aracı olarak adlandırılmış parçasıdır. KOBİ Aracı Programı yoluyla, AB içerisinde ya da Ufuk 2020 Çerçeve Programına dâhil ülkelerde (buna Türkiye dâhildir) kurulmuş olan KOBİ'ler, ortaya koyacakları inovasyon projeleri için fon alabilmektedir.

Bu program kapsamında bulunan destekler şunlardır:

- Fizibilite ölçüm amaçlı işletme inovasyon desteği (50 bin avro, proje toplam maliyetinin %70'i),
- İnovasyon geliştirme ve gösterme amaçlı işletme inovasyon desteği (500 bin-2.5 milyon avro arası, proje toplam maliyetinin %70'i),
- Ücretsiz profesyonel işletme koçluğu,
- Pek çok inovasyon destek mekanizmasına ücretsiz erişim.
- ***COSME Finansal Araçları (COSME Financial Instruments)***⁷⁸: İşletme ve KOBİ'lerin Rekabet Gücü Programı (COSME), KOBİ'lerin finansman kaynaklarına erişimlerini kolaylaştırmayı ve hızlandırmayı amaçlamaktadır. Ağustos 2014'ten itibaren KOBİ'lerin kullanımına tahsis edilmiş iki finansal aracı bulunmaktadır; bu iki aracı toplamda 1.3 milyar avroluk bir bütçeye sahiptir. Bu bütçe sayesinde finansal aracı kurumlardan toplamda 25 milyar avroya varan bir meblağ, mobilize edilebilmiştir. Bu iki finansal aracın yönetimi Avrupa Yatırım Fonu (EIF) tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu araçlar şunlardır:

⁷⁶ A.g.k. Ayrıca dört özelleşmiş yardım masası daha bulunmaktadır: Çin (<http://www.china-iprhelphdesk.eu/>), Hindistan (<http://ebtc.eu/index.php/sector/ipr>), Latin Amerika (<http://www.latinamerica-ipr-helpdesk.eu/>), Güney-Doğu Asya (<http://www.southeastasia-iprhelphdesk.eu/>) (Erişim Tarihi 20.6.2016)

⁷⁷ <http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/h2020-section/sme-instrument> (Erişim Tarihi 20.06.2016)

⁷⁸ http://ec.europa.eu/growth/access-to-finance/cosme-financial-instruments/index_en.htm (Erişim Tarihi 20.06.2016)

- ***Borç Garanti Hizmeti:*** COSME bütçesinin bir işlevi, finansal aracı kurumlardan borç alan KOBİ'lerin borçlarına karşılık garanti sağlamasıdır. Böylece finansal araçlarla riski paylaşan COSME bunların KOBİ'lere daha fazla ve daha hızlı finans sağlamalarına katkıda bulunmaktadır.
- ***Büyüme için Öz Kaynak Tesisi (The Equity Facility for Growth-EFG):*** COSME bütçesinin bir kısmı ise doğrudan KOBİ'lerin büyümesi amaçlı yatırım olarak kullanılmaktadır.



Bölüm 3

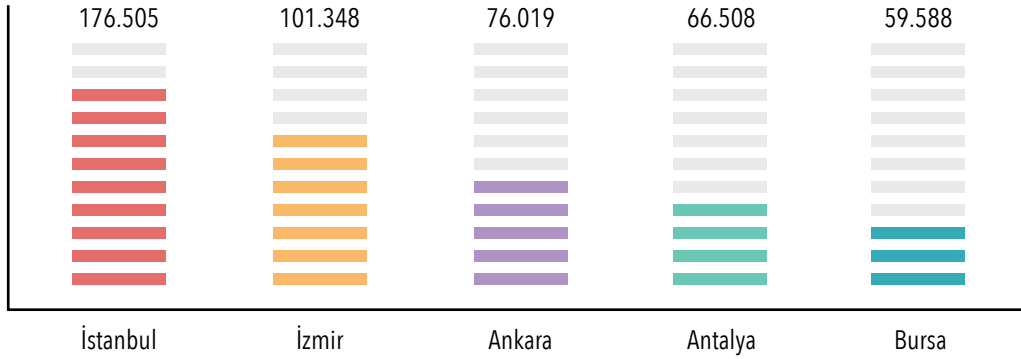
Sektörün Türkiye
Ekonomisindeki Yeri



3.1. Sektördeki Esnaf ve Sanatkâr Sayıları ile İşletme Sayıları

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı vasıtası ile Esnaf ve Sanatkârlar Bilgi Sistemi'nden (ESBİS) alınan verilere göre Türkiye'de 1.742.218 esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Türkiye'deki esnaf ve sanatkârların Türkiye'nin toplam nüfusuna oranı ise yaklaşık %2 olarak hesaplanmıştır.

Şekil 7. Türkiye'de En Fazla Esnaf ve Sanatkârın Bulunduğu İller

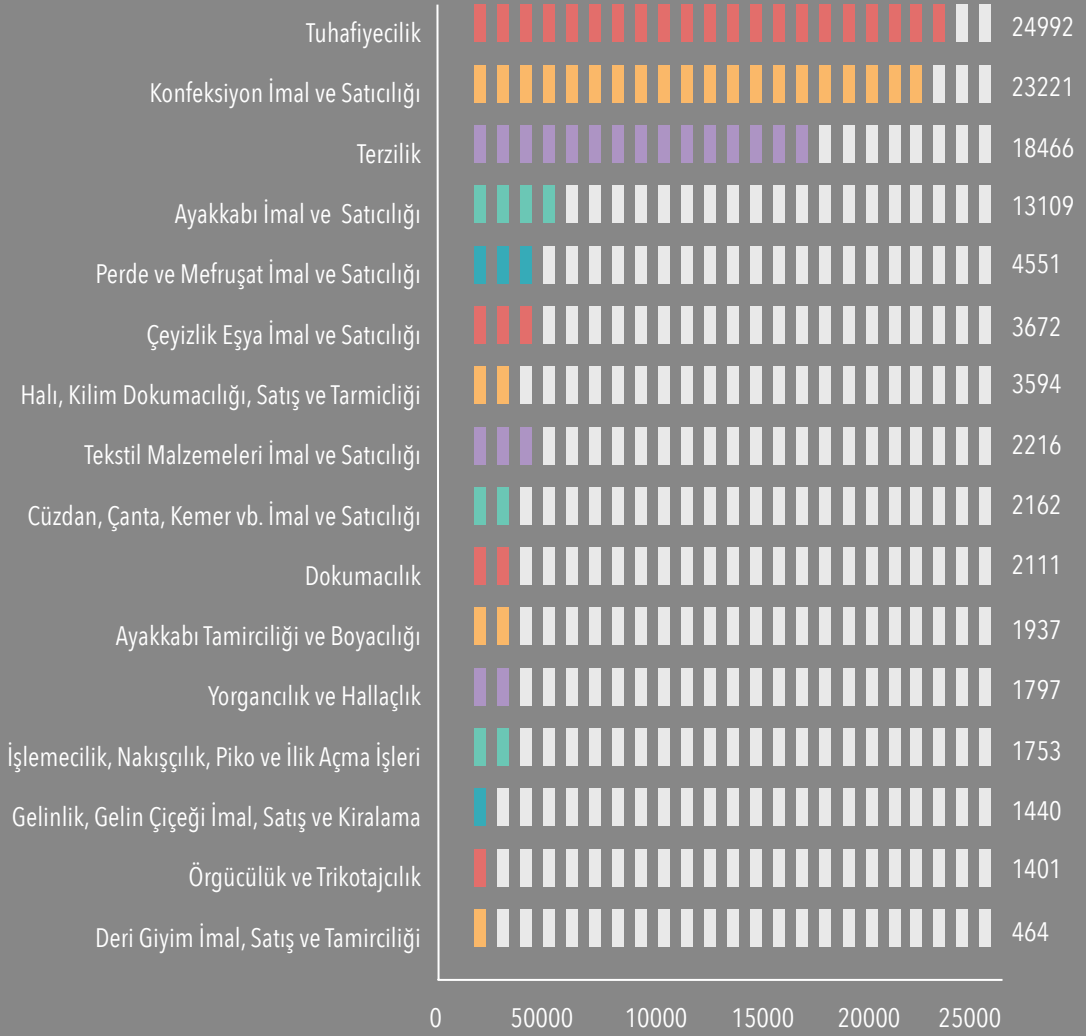


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

En fazla esnaf ve sanatkâra sahip olan iller, o ildeki esnaf ve sanatkâr sayısının o ilin nüfusuna oranı özelinde de incelenmiştir. Başka bir ifadeyle bir ilin toplam nüfusunun yüzde kaçının esnaf ve sanatkârların oluşturduğuna bakılmıştır. Yukarıdaki beş il içinde, nüfusun içindeki esnaf oranı en yüksek olan il %3 ile Antalya'dır. Antalya'yı %2,5 oran ile İzmir, %2.14 oran ile Bursa, %1.56 oran ile Ankara ve %1.24 oran ile İstanbul izlemektedir.

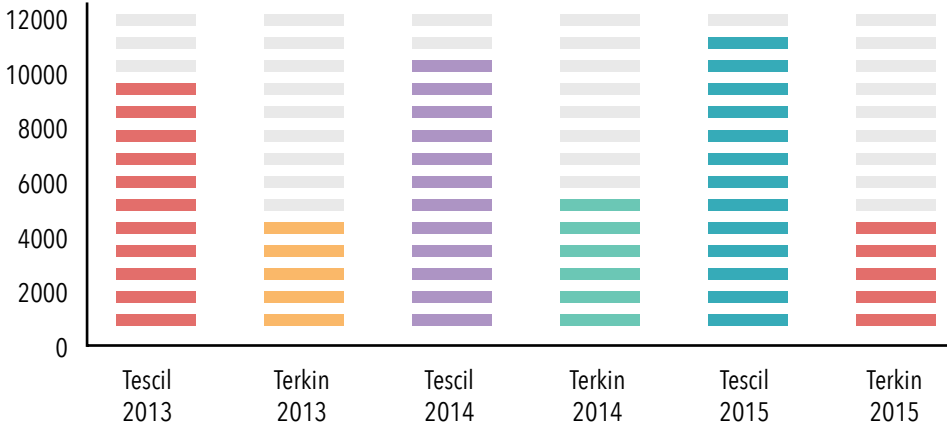
Proje özelinde belirlenen 16 meslek grubu incelendiğinde 2015 Eylül ayı itibarıyla toplam 106.886 esnaf ve sanatkâr bu mesleklerde faaliyetlerini sürdürmektedir. Aşağıdaki tabloda da özetlendiği üzere deri, giyim ve ayakkabı sektörünün çok büyük bir kısmını tuhafiyecilik, konfeksiyon, terziilik ve ayakkabı imal ve satıcılığı teşkil etmektedir.

Şekil 8. Mesleklere Göre Esnaf ve Sanatkâr Sayısı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Yıllara göre sektörde incelenen mesleklerde açılma/kapanma oranları incelendiğinde 2013 yılında 10.089 olan tescil sayısının yıllar içinde artarak, 2014'te 10.748 ve 2015'te 11.025 olduğu görülmüştür. Bu süre zarfında toplam tescil sayısı 31.862; terkin sayısı ise 15.176 olmuştur. Yıllar içerisindeki tescil ve terkin sayılarına genel olarak bakıldığında sektörde çok fazla bir değişme olmadığı görülmektedir.

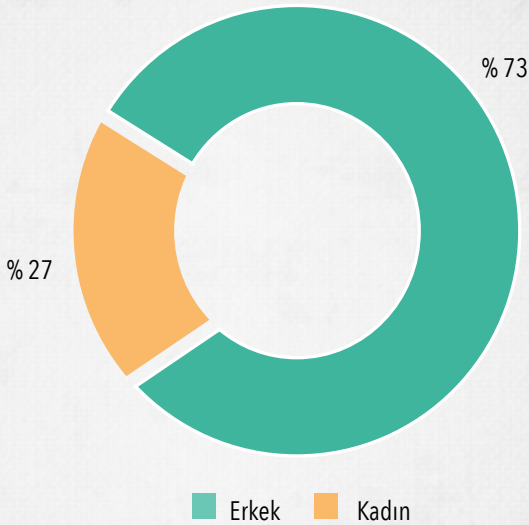
Şekil 9. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Tescil ve Terkin Sayıları 2013-2015

Kaynak: Maliye Bakanlığı, 2015

3.2. Sektörün Demografik Yapısı

3.2.1. Cinsiyet

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki cinsiyet dağılımına bakıldığında esnafların büyük çoğunluğunun erkek olduğu; sektördeki esnaf ve sanatkarların %73'lük kısmını erkeklerin, %27'lik kısmını ise kadınların oluşturduğu görülmektedir.

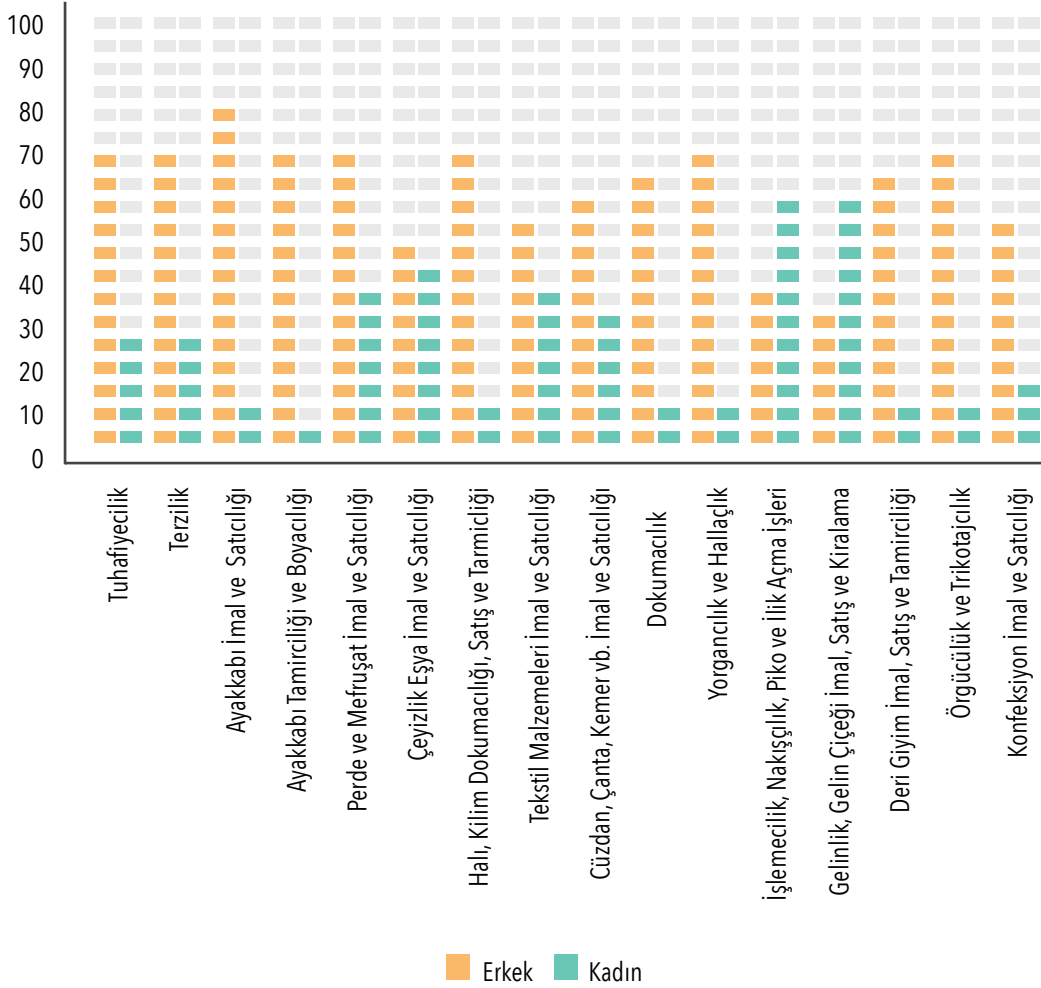
Şekil 10. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründeki Esnafın Cinsiyet Dağılımı

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Meslekler özelinde bir değerlendirme yapıldığında ise kadın oranının belli mesleklerde erkeklerden fazla olduğu görülmektedir. Örneğin, işlemecilik ve gelinlik imal ve satıcılığı mesleklerinde, kadınlar erkeklerden fazla yer almaktadır. Bu mesleklerin dışında kadın esnafın görece en çok tercih ettiği meslekler ise çeyizlik eşya imal ve satıcılığı, tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı, terzilik ve tuhafiyecilik olmuştur. Tablodan da görüleceği gibi kadın ve erkek dağılımında en büyük fark ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı, ayakkabı imal ve satıcılığı ile yorgancılık ve hallaçlık mesleklerinde görülmektedir.

Aşağıdaki şekilde araştırma kapsamında yer alan 16 meslek için kadın ve erkek esnaf oranları yüzde olarak sunulmuştur.

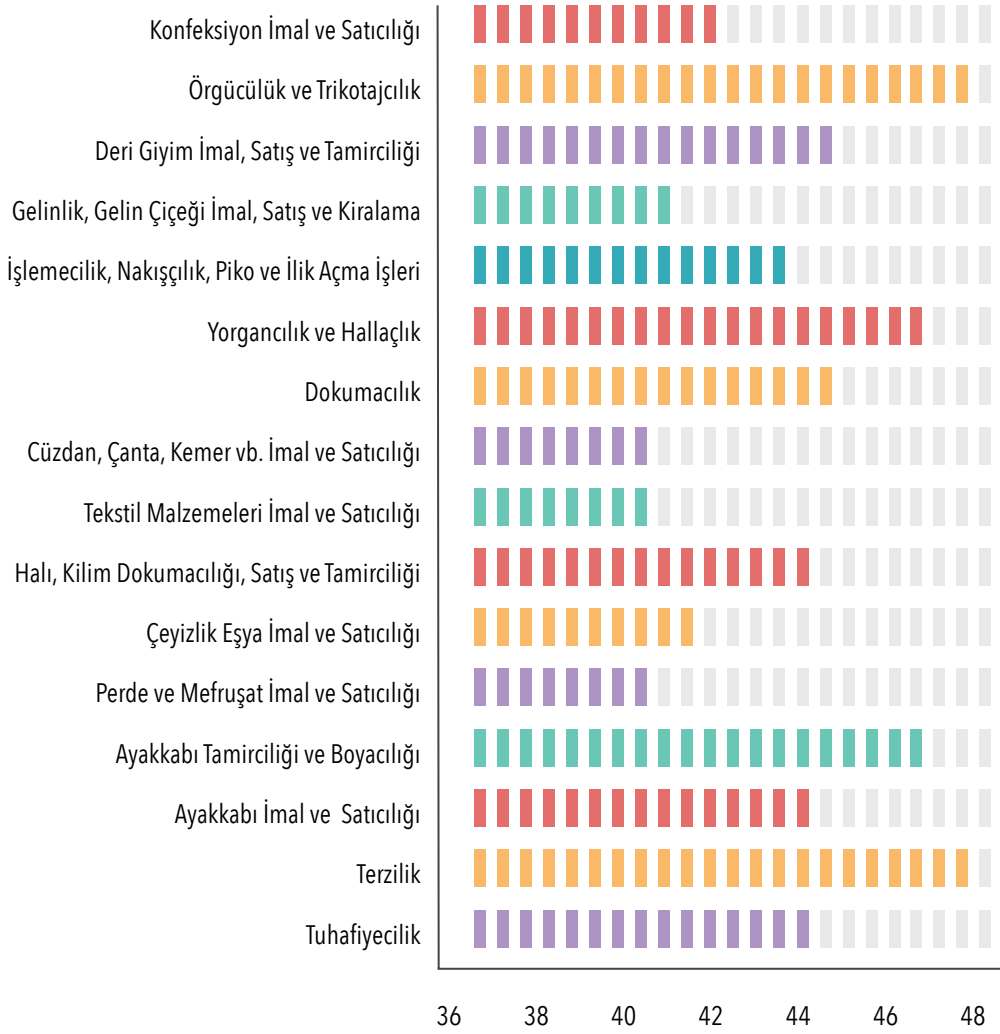
Şekil 11. Mesleklere Göre Esnaf ve Sanatkârın Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

3.2.2. Yaş

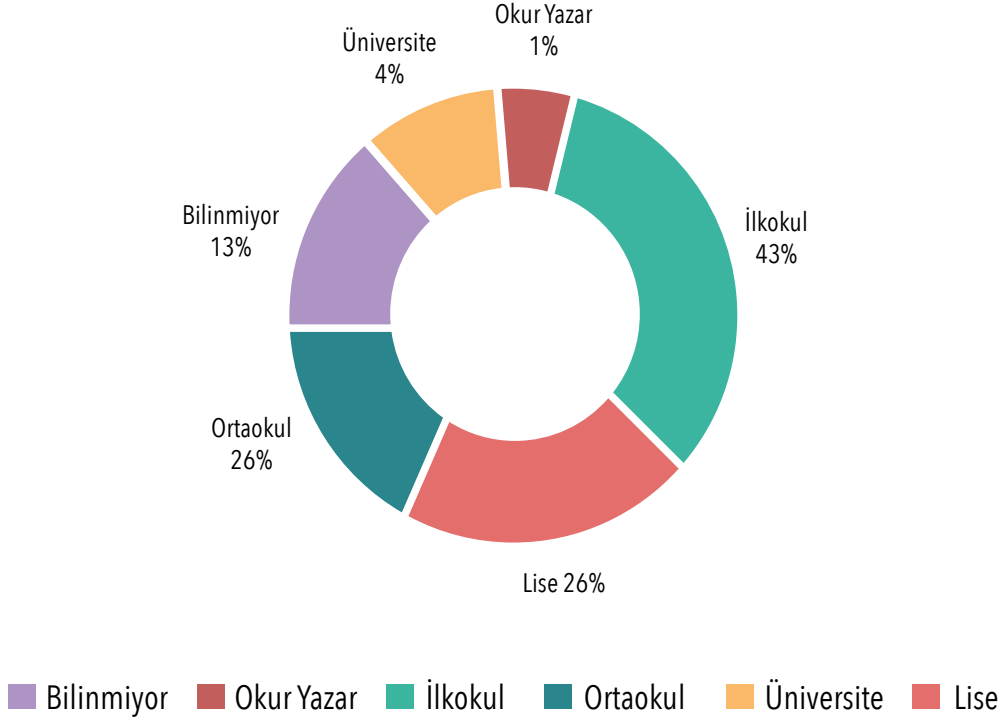
Sektör genelinde yaş ortalamasının 44 olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte meslekler arasında yaş ortalamaları açısından belirgin farklar ortaya çıkmamaktadır. Meslekler özelinde yaş ortalamalarına bakıldığında, sektördeki en yüksek yaş ortalamasının 48 ile terzilik, örgücülük ve trikotajcılık mesleklerine ait olduğu belirlenmiştir. En düşük yaş ortalamasına sahip meslekler ise perde ve mefruşat imal ve satıcılığı, tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı ile cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı olarak belirlenmiştir.

Şekil 12. Mesleklere Göre Esnaf ve Sanatkârın Yaş Ortalamaları

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

3.3. Sektörün Eğitim Durumu

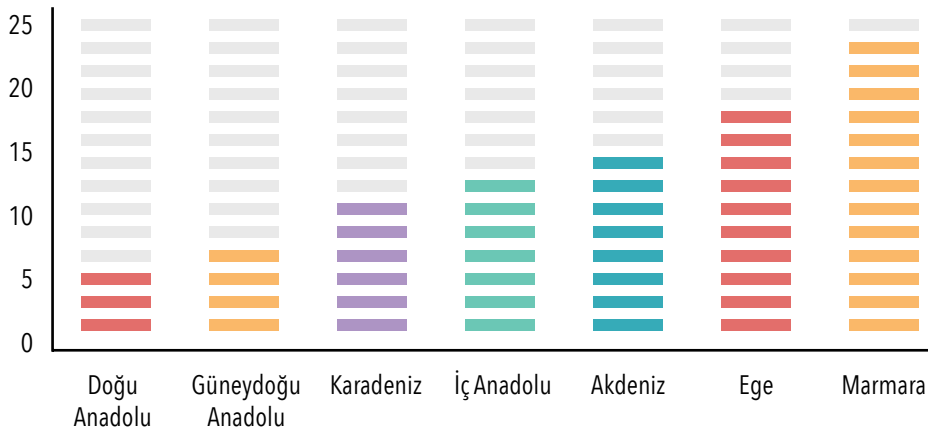
Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki esnafın büyük bir kısmının (%57) eğitim seviyesinin ortaokul ve altı düzeyde olduğu görülmektedir. Sektördeki her dört esnaftan biri lise mezunu iken, üniversite mezunu olanların oranı %4'te kalmaktadır. Bazı mesleklerle ilgili aşağıdaki verilerde daha net olarak da ortaya çıktığı gibi, eğitim seviyesi hakkında bilgi bulunmayan esnaf sayısı azımsanmayacak kadar fazladır. Sektörün tamamında bu oran %13 olarak görülmektedir.

Şekil 13. Deri Giyim Ayakkabı Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

3.4. Sektörün Bölgesel Dağılımı

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki esnafın Türkiye'deki bölgelere göre dağılımı aşağıda sunulmaktadır:

Şekil 14. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgesel Dağılımı (%)

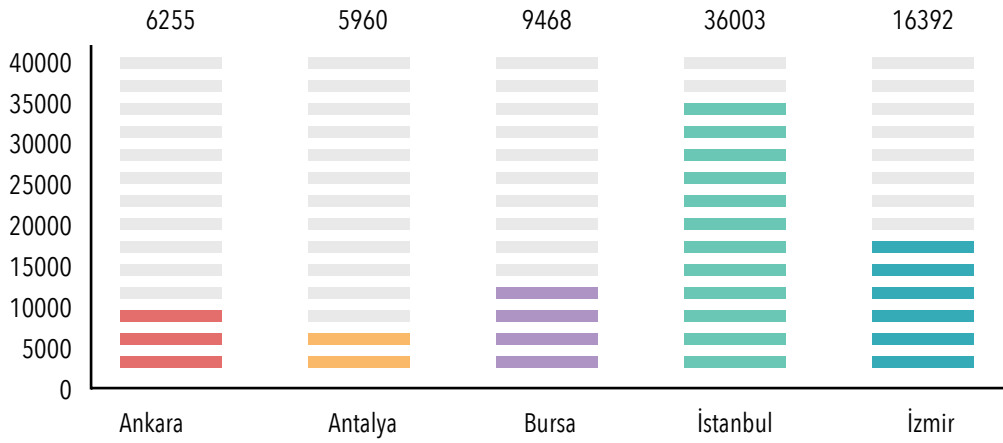
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Sektördeki esnafın, bölgeler arasında çok fazla uçurum oluşmadan dağıldığı görülmektedir. En fazla esnafın Marmara Bölgesi'nde olduğu, bunu Ege, Akdeniz ve İç Anadolu bölgelerinin izlediği görülmektedir. En az esnaf ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde bulunmaktadır.

Esnaf ve sanatkârın bölgesel dağılımı, teşvik ve desteklerin planlanması açısından oldukça önemlidir. Özellikle bölgelere göre planlanan teşvikler düşünüldüğünde, hangi bölgedeki ne kadar sayıda esnaf ve sanatkârın bu teşviklerden faydalanabileceğinin planlanmasında da bu verilerin analiz edilmesi, hem daha sağlıklı bir teşvik sistemi kurulmasına hem de beklenen sonuçların daha doğru bir şekilde tahmin edilmesine fayda sağlayacaktır.

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki çalışan sayısına bakıldığında, 36.003 ile en yüksek çalışana sahip il İstanbul'dur. İstanbul'u İzmir, Bursa ve Ankara takip etmektedir.

Şekil 15. Sektörde En Fazla Çalışan Sayısına Sahip İller



Kaynak: SGK İstatistik Yıllığı, 2014

Tekstil sektöründe istihdam oranları incelendiğinde ülke genelinde en yüksek iş yeri sayısı ve istihdamın İstanbul ilinde olduğu görülmektedir. İstanbul ilini Bursa, Denizli, Gaziantep, İzmir gibi illerin takip ettiği görülmektedir.

Esnaf ve sanatkârın illerin genel nüfusuna oranı da önemli olmakla birlikte, çalışan sayılarının bilinmesi özellikle iş gücü ve işçi rekabetinin tespit edilmesi ve istihdam politikalarının doğru verilerle yapılması açısından oldukça önemlidir.

Örneğin deri, giyim ayakkabı sektörü için İzmir'in nüfusu yaklaşık 2,8 milyon iken, bu sektörlerde çalışan sayısı 16.392'dir. Ancak yakın bir nüfusa sahip Antalya'da (2,2 milyon) sadece 6.255 çalışan bulunmaktadır. Ankara'da ise yaklaşık 4,5 milyon nüfus varken, sadece 5.960 çalışan ile deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde diğer illere oranla daha az çalışan bulunmaktadır.

Tablo 10. Tekstil Ürünleri İmalatı

İller	İş Yeri Sayısı	Ülke İçindeki Payı	Sigortalı Çalışan Sayısı	Ülke İçindeki Payı
İstanbul	5.454	0.34	67.014	0.17
Bursa	2.957	0.18	65.565	0.16
Denizli	1.212	0.07	29.995	0.07
Gaziantep	938	0.05	44.249	0.11
İzmir	917	0.05	15.124	0.03
Uşak	656	0.04	10.465	0.02
Tekirdağ	447	0.02	45.478	0.11
Ankara	289	0.018	3.393	0.008
Kahramanmaraş	265	0.017	24.436	0.06
Adana	242	0.015	9.520	0.02
Tokat	61	0.004	1856	0.004
Samsun	58	0.003	745	0.002
Amasya	22	0.001	242	0.0006
Çorum	7	0.0004	54	0.0001
Diğer	2522	0.15	74.414	0.19
Toplam	16047		392.550	

Kaynak: SGK İstatistik Yıllığı,2014

Hazır giyim sektöründe istihdam oranları incelendiğinde ülke genelinde en yüksek iş yeri sayısı ve istihdamın İstanbul ilinde olduğu görülmektedir. İstanbul’da hazır giyim ürünleri imalatı sektöründe 21.683 iş yeri bulunurken, istihdam düzeyi 240.602’dir. İstanbul ilini 2103 iş yeri sayısı ve 35.006 istihdam düzeyi ile İzmir; İzmir’i de Bursa, Ankara, Gaziantep, Adana gibi iller takip etmektedir.

3.5. Sektörün İhracat Potansiyeli

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yayımlanan (2015-2018) Türkiye Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı Raporu’nda Türkiye’nin ihracat potansiyeli “2023 Türkiye İhracat Stratejisi” başlığı altında bütüncül bir şekilde ele alınmış ve Türkiye’nin vizyonu, genel amacı, hedefleri ve gelişme eksenini belirtilmiştir.⁷⁹

Vizyon: Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında 500 milyar dolar ihracata ulaşarak, ülkemizin dünya ticaretinde lider ülkeler arasında yer almasının sağlanması amaçlanmaktadır.

Genel Amaç: 2023 yılında Türkiye’nin ihracatını 500 milyar dolara çıkarmak ve son 10 yılda Türkiye’nin yakaladığı ihracat ivmesinin devamını sağlayarak sürdürülebilir bir ekonomi için ihracat atılımını gerçekleştirebilmek amaçlanmaktadır.

Hedef: 2023 yılında Türkiye’nin dünya ihracatından aldığı payın % 1,5’e yükseltilmesi ve dünyanın ilk 10 ekonomisi arasında yer alması amaçlanmaktadır.

⁷⁹ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye Sanayi Stratejisi Belgesi, 2015-2018; <http://sanayipolitikalari.sanayi.gov.tr/Public/TurkiyeSanayiStratejisi> (Erişim Tarihi: 3.5.2016)

Sektöre yönelik politikalar/müdahale alanları, kapsamlı bir yol haritasını içeren bütünsel bir çerçeveden oluşmakta ve bu bütünsel çerçeve; bilimsel ve teknolojik dönüşümünü tamamlamış, ulaşım ve lojistik altyapısı güçlü, katma değeri yüksek ve ileri teknoloji ürünler ihraç eden, rekabet gücü yüksek, sürdürülebilir ihracat artışını gerçekleştiren bir Türkiye'ye ulaşmayı öngörmektedir.

Sektörün ihracat potansiyeli dikkate alındığında Çin ve Amerika Birleşik Devletleri'nin Türkiye için büyük pazar olmadığı anlaşılmaktadır. Yapılan araştırmalara göre Türkiye'nin hitap ettiği iki tür pazar bulunmaktadır. Birinci pazar AB pazarıdır. AB'de fiyatların rekabetçi olduğu ve Almanya'daki küçük mağazaların kayb olduğu göz önüne alındığında bu pazara hitap edildiği takdirde küçük mağazalara yönelmek yerine Türkiye'nin rekabet yapısını AB pazarına uyarlamak hedeflenmelidir. İkinci pazar ise Rusya ve Orta Doğu'dur. Rusların ambargolar ve petrol fiyatlarından dolayı alım gücünün düşmesi, yaşanan siyasi sorunlar ve ülkemizde asgari ücretin artması Rusya pazarının gerilemesine neden olmaktadır. Orta Doğu'ya ve iç piyasaya yönelik ucuz iş gücü ve üretimle satış yapılması da mümkündür ancak bu pazardaki fırsatların değerlendirilebilmesi de siyasi sorunlar ve çalkantılar nedeni ile mümkün olmamaktadır.⁸⁰

Yaşanan siyasi sorunlar nedeni ile ticaret yapacağımız ülke yelpazesinin ve bu ülkelerle kuracağımız iletişim ağının geliştirilmesi gerekmektedir. Kalifiye eleman ve inovasyona yatırım yapılmalıdır. Ayrıca ham madde ve yarı mamule ulaşma konusundaki sorunların da çözülmesi amaçlanmalıdır. Tedarik zincirinin hızı; tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri sektörlerinde hayati bir önem arz etmektedir. Bu husus ile ilgili olarak da Türkiye'nin jeopolitik konumunun katkısı ile sürdürülebilir rekabet avantajının sağlanması amaçlanmalıdır.

Tablo 11. Hazır Giyim Ürünleri İmalatı

İller	İş Yeri Sayısı	Dağılımı (%)	İstihdam Düzeyi	Dağılımı (%)
İstanbul	21.683	0.715	240.602	0.582
İzmir	2103	0.069	35.006	0.085
Bursa	1240	0.041	12.744	0.031
Ankara	680	0.022	8.152	0.020
Gaziantep	512	0.017	2.567	0.006
Adana	401	0.013	3.950	0.010
Denizli	306	0.010	9.743	0.024
Kocaeli	177	0.006	2.255	0.005
Tekirdağ	149	0.005	14.063	0.034
Kayseri	130	0.004	912	0.002
Samsun	122	0.004	1.506	0.004
Çorum	45	0.001	3.703	0.009
Tokat	28	0.001	1.350	0.001
Amasya	15	0.001	684	0.003
Diğer	2.734	0.09	75.981	0.002
Toplam	30.325		413.218	

Kaynak: SGK İstatistik Yıllığı, 2014

⁸⁰ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, "Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu", 2014.

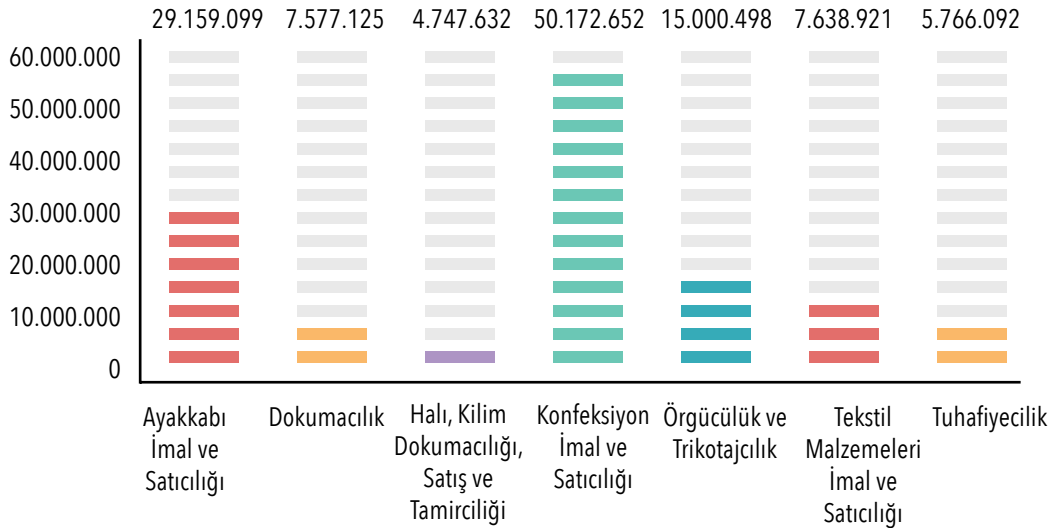
Deri, giyim ve ayakkabı sektöründe araştırma kapsamındaki 16 mesleğin toplam ihracatı 131.008.410 dolardır. Sektörün ihracat potansiyeli en yüksek olduğu meslekler ise sırasıyla konfeksiyon, ayakkabı imal ve satıcılığı ile örgücülük ve trikotajcılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunların dışında sektörde dokumacılık ve tuhafiyecilik mesleklerinin de ihracat potansiyeline sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 12. Sektörün Meslekler Bazında Toplam İhracatı, 2015

Meslekler	Toplam İhracat Kıymet (dolar)	Yüzde
Ayakkabı İmal ve Satıcılığı	29.158.099	22,3
Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı	953.464	0,7
Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı	522.730	0,4
Deri Giyim İmal, Satış ve Tamirciliği	2.395.780	1,8
Dokumacılık	7.577.125	5,8
Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama	1.173.702	0,9
Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği	4.747.632	3,6
İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma İşleri	2.361.547	1,8
Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı	50.172.652	38,3
Örgücülük ve Trikotajcılık	15.000.498	11,5
Perde (Stor, Jaluzi, v.b.) ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı	3.105.376	2,4
Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı	7.638.921	5,8
Terzilik	390.553	0,3
Tuhafiyecilik	5.766.092	4,4
Yorgancılık ve Hallaçlık	44.239	0,0
Genel Toplam	131.008.410	100

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Şekil 16. İhracat Potansiyeli En Yüksek Meslekler



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

3.5.1. Deri Sektörü

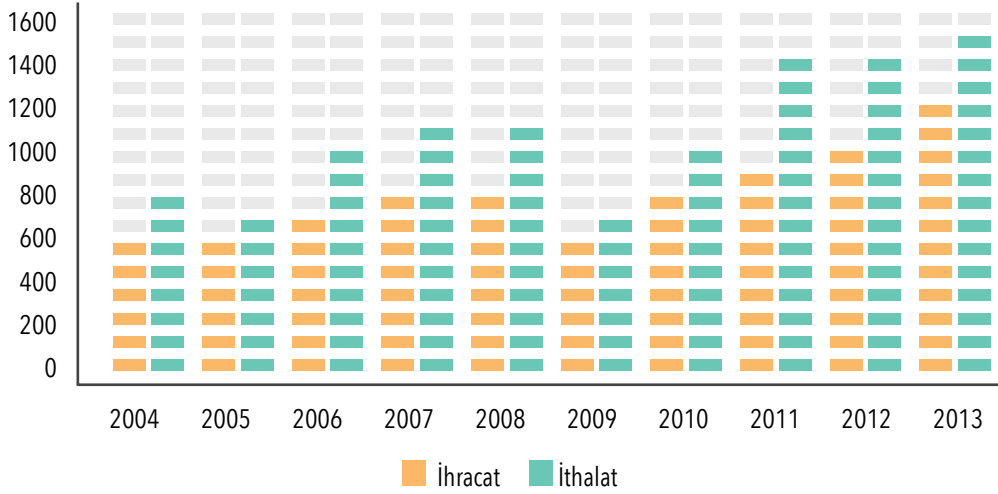
Deri ürünleri sektörü, Türkiye'nin en köklü geçmişe sahip sektörlerinden biridir. Türklerle özgü bir deri yapım yöntemi olan "sahtiyan", dünyaca kabul görmüş ve İngilizce literatüre "Turkish Leather" olarak girmiştir. Türkiye bugün özellikle küçükbaş deri işleme bakımından dünyada önemli üreticiler arasında yer almaktadır. Daha çok Deri Organize Sanayi Bölgelerinde faaliyetlerini sürdüren sektörün en önemli özelliklerinden biri Avrupa standartlarında, çevreye duyarlı ve modern üretim gerçekleştirmesidir. Bu durum uluslararası pazarlarda sektöre imaj kazandırmaktadır. Türk deri ürünleri küresel pazarda kaliteli ve uygun fiyatlı ürünler olarak tanınmaktadır. Deri işleme işi özel bir uzmanlık ve yatırım gerektirdiğinden sektörde rekabet etmenin yolu kurumsal olmayı gerektirmektedir. Deri tabaklama ve işleme yapan üretici firmaların sayısında 2005 yılından bu yana önemli bir gerileme yaşanırken, büyük firmalar ayakta kalmayı başarmıştır.⁸¹

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayisinin temel göstergeleri farklı eğilimler sergilemektedir. Sanayide faaliyet gösteren girişim sayısı 2006 yılında 10.712 iken, bu sayı 2012 yılında 8.713'e inmiştir. Sektörde genel bir konsolidasyon yaşandığı görülmektedir. İstihdam göstergesi olarak kullanılan ücretli çalışan sayısı ise 2006 yılında 59.731 iken, 2012 yılında 71.076'ya yükselmiştir. Üretim değeri aynı dönemde büyüyerek 2012 yılında 8,56 milyar TL'ye ulaşmıştır. Yaratılan katma değerde de artış sağlanmıştır. 2006 yılında yaratılan katma değer 956 milyon TL iken, 2012 yılında 1,63 milyar TL'ye kadar yükselmiştir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayisi, her yıl benzer ölçeklerde yatırım yapmaktadır. 2011, 398 milyon TL ile en yüksek yatırım yapılan yıl olmuştur. 2012 yılında ise yatırımlar 325 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.⁸²

Yıllar itibarıyla deri ürünleri sektörü dış ticareti rakamlarına bakıldığında, bu sektörde her dönem dışa bağımlı bir durumda olduğu görülmektedir. Özellikle son yıllarda çok ciddi oranda ithalat seviyesi artmıştır. Bununla beraber yıllar içerisinde ihracat rakamlarında da artış görülmektedir. Bu artışın uzun vadede ithalat rakamlarını yakalayacağı, hatta geçebileceği yönünde bir eğilim söz konusudur.

⁸¹ Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, "Deri ve Deri Ürünleri Sektörü Raporu", Aralık 2012.

⁸² İstanbul Sanayi Odası, "Deri ve Deri Ürünleri, Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayi ve Suni Deri Sektörü", Şubat 2014. <http://www.iso.org.tr/Sites/1/content/pdf/sektor-raporlar%C4%B1/Deri.pdf> (Erişim Tarihi: 6.2.2016)

Şekil 17. Yıllar İtibarıyla Deri Ürünleri Sektörü Dış Ticareti (Milyon dolar)**Kaynak:** TÜİK

Deri ve deri mamulleri ihracatı içerisinde en yüksek paya sahip ürünün ayakkabı olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla deri eşya, ham ve işlenmiş deri ile postlar ve kürkler takip etmektedir.

Tablo 13. Deri ve Deri Mamulleri Sanayi İhracatı

Ürün	2013	2014	2015	Değişim % (2014 -2015)	Pay % (2015)
Ham, İşlenmiş Deri	198.676.452	226.492.957	181.173.802	-20,0	13,8
Deri Eşya	421.312.114	427.034.628	323.540.827	-24,2	24,7
Postlar Kürkler	283.010.638	239.768.058	136.824.792	-42,9	10,4
Ayakkabı	723.219.481	719.258.058	670.445.226	-6,8	51,1
Toplam	1.626.218.685	1.612.553.701	1.311.984.647	-18,6	100,

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Önemli deri üreticisi ülkelerden biri olan Türkiye'nin dünya deri ihracatı içindeki payı oldukça düşüktür (yaklaşık %1). Pazar payı en büyük ülkeler ise sırasıyla Çin, İtalya, Hong Kong, Fransa ve Almanya olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya deri ve deri ürünleri ihracatında en büyük paya sahip olan ürün grubu, ayakkabıdır. Dünya deri üretiminde önemli bir potansiyele sahip olan Türkiye'nin bu potansiyelini dış pazarlara yansıtmadığı söylenebilir. Bunun için sektörün tanıtımdan pazarlamaya, tasarımdan eğitime her alanda aşamalar kat etmesi gerekmektedir.⁸³

⁸³ İTKİB Genel Sekreterliği AR-GE ve Mevzuat Şubesi, "Türkiye ve Dünyada Deri ve Deri Ürünleri Sektörünün Güncel Durumu", http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/DERI_sektor_rapor_2010_mart.pdf (Erişim Tarihi: 1.5.2016)

3.5.2. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

2013 yılı dünya tekstil ihracatında Türkiye, ülke bazlı sıralamada %3,5 pay ile 7. büyük ihracatçı konumundadır. Tekstil sektöründe 2012 yılında 2,6 milyar dolar olan dış ticaret fazlası, 2013 yılında 9,71 milyar dolar ithalata karşılık 12,76 milyar dolar ihracat yapılmasıyla, 3,05 milyar dolara yükselmiştir.

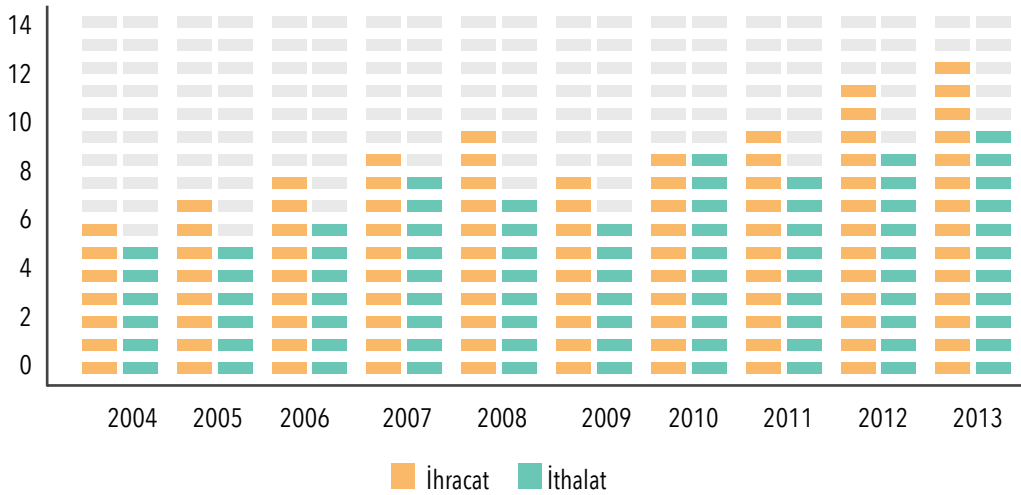
Tablo 14. Türkiye'nin 2013 Yılı Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Dış Ticareti (Milyar dolar)

	İhracat	İthalat
Tekstil	12,76	9,71
Hazır giyim	14,98	2,8
Toplam	29,05	14,08

Kaynak: TÜİK

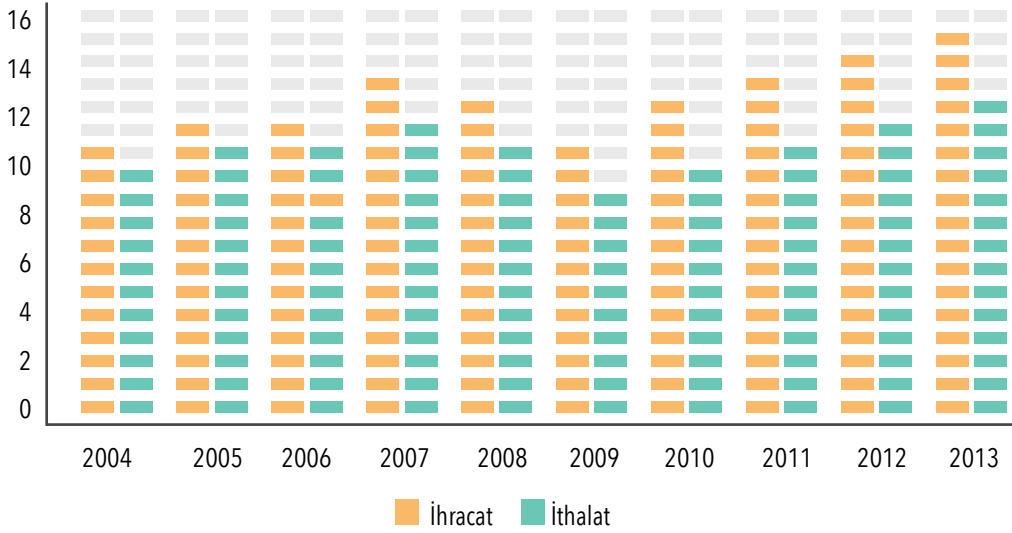
Türkiye'nin tekstil sektörü dış ticareti yıllar içerisinde yükselen bir ivme kazanmıştır. 2006 yılında yaklaşık 6 milyar dolar olan ihracat seviyesi, 2013 yılında iki katına çıkmıştır. Son yıllarda ithalat seviyesinde bir azalış görülmektedir. Her dönem için geçerli olan bir bulgu da, bu sektörde ihracatımızın ithalat seviyesinden yüksek oluşudur.

Şekil 18. Yıllar İtibarıyla Tekstil Sektörü Dış Ticareti (Milyar dolar)



Kaynak: TÜİK

Yıllar itibarıyla hazır giyim sektörü dış ticaret rakamlarına baktığımızda çok farklı eğilimlerin olduğunu söylemek güçtür. Genel olarak yıllar içerisinde gerek ithalat gerekse ihracat rakamlarının benzer değerler sergilediği görülmektedir.

Şekil 19. Yıllar İtibarıyla Hazır Giyim Sektörü Dış Ticareti (Milyar dolar)**Kaynak:** TÜİK

Tekstil ve hazır giyim sektörü, dünyada üretim sürecinde yaratılan katma değer ve ihracat gelirleri içindeki yüksek payı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecindeki birçok ülke için önemli sektörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde de tekstil ve hazır giyim sektörü üretim, ihracat ve istihdam içinde önemli bir paya sahip olup GSYİH'nin %10'unu sağlamaktadır. Özellikle ihracat odaklı bir sektör olması nedeniyle dünya ticaretindeki gelişmeler, sektörü yakından etkilemektedir.

Türkiye'nin tekstil ve ham maddeleri ihracatı, 2014 yılının Ocak-Ağustos döneminde, 2013 yılının aynı dönemine kıyasla %8,4'lük bir artışla 5,9 milyar dolara yükselmiştir. İstanbul Sanayi Odasının her yıl açıkladığı rakamlara göre Türkiye toplam ihracatı içinde, tekstil ve hazır giyim ihracatının payı %16,48'dir (Türkiye İhracatçılar Meclisi 2014).

Tablo 15. 2014 Ocak-Ağustos Döneminde En Fazla Tekstil İhracatı Yapılan 10 Ülke

ÜLKELER	2014 İhracat Miktarı
İtalya	764.742
Rusya Federasyonu	668.321
Almanya	378.705
Birleşik Krallık	308.973
Romanya	286.249
Ukrayna	279.698
İran	275.028
Birleşik Devletler	264.873
Bulgaristan	253.116
Polonya	242.092
Birim 1000 Dolar	

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi⁸⁴

⁸⁴ Türkiye İhracatçılar Meclisi İhracat Rakamları <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html> (Erişim Tarihi: 1.6.2016)

Küresel rekabet açısından değerlendirildiğinde ise Çin, hem tekstil hem de hazır giyim ihracatında en büyük üretici ve ihracatçı konumunda bulunmaktadır. Bu sektörlerde dünyanın ikinci büyük tedarikçisi olan AB ülkeleri ise, üretimlerini Çin, Türkiye, Bangladeş, Hindistan gibi büyük üretici ülkelere yaptırarak aynı zamanda en büyük alıcı konumunu sürdürmektedirler.

Tekstil ve hazır giyim toplam ihracatında, AB ülkelerinin ardından Hindistan gelmektedir. Çin'in üretim gücünün etkisinde olan tekstilin küresel yapısında Türkiye lehine gelişmeler de yaşanmaktadır. 2009 küresel krizinden tüm sektörler gibi olumsuz etkilense de Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri, alıcıların stoksuz çalışması ve küçük alımlara yönelmesi sebebiyle hızlı teslimat avantajını kullanmış; Uzak Doğu'nun müşterilerini ülkeye çekmeyi başarmıştır.

Türkiye ekonomisi içinde çok güçlü ileri ve geri bağlantıları olan bu sektördeki gelişmeler, tüm ekonomiyi etkileyebilmektedir. Rakip ülkelerin sektörlere tanıdığı katkılar göz önünde bulundurulduğunda, küresel rekabet gücünün sürdürülmesi önem arz etmektedir.

Tekstil sektörünün istihdam yapısı açısından değerlendirilmesinde ise göze çarpan ilk durum, geçmişte emek yoğun bir sektör olan tekstil sektörünün, son yıllarda yaşanan teknolojik gelişme ve değişmelerin etkisiyle teknoloji/sermaye yoğun bir sektör olma yolunda ilerlemekte olduğudur. Bunlara ilaveten, tekstil ve konfeksiyon sektörü, ülkemiz gibi yoğun genç nüfusa sahip ülkelerde önemli bir istihdam kaynağı olma özelliğini hâlen korumaktadır.

Türkiye'nin en fazla tekstil ihracatı yaptığı ülkeler Rusya ve Almanya'dır. En fazla hazır giyim ihracatı yapılan ülkeler arasında da yine Almanya yer almaktadır. Almanya'yı İngiltere ve İspanya takip etmektedir.

Tablo 16. Türkiye'nin En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığı Ülkeler (Milyon dolar)

İhracat Yapılan Ülke	2012	2013
Rusya	1262	1163
Almanya	1006	1118
İtalya	783	964
ABD	670	738
İngiltere	439	474
Suudi Arabistan	441	437
Toplam	11693	12756

Kaynak: TÜİK

Tablo 17. Türkiye'nin En Fazla Hazır Giyim İhracatı Yaptığı Ülkeler (Milyon dolar)

İhracat Yapılan Ülke	2012	2013
Almanya	2908	3115
İngiltere	2102	2055
İspanya	1374	1452
Fransa	857	918
Hollanda	739	789
Toplam	13864	14980

Kaynak: TÜİK

3.5.3. Ayakkabı Sektörü

Ayakkabı sanayisinde sahip olunan avantajlara rağmen, küçük atölye tipi üretim biçiminin hâkim olması, kalifiye olmayan iş gücü, ayakkabı yan sanayi girdilerinde standart ve kalite eksikliği ve ithalat rekabeti gibi yapısal sorunlar nedeniyle ihracat potansiyeli yeterince değerlendirilememektedir.⁸⁵

2015 yılında 670.445.226 dolar tutarında ihracat yapılmıştır. Ayakkabı ürün grupları arasında ise ayakkabı; yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii, suni vb. kösele 281.954.888 dolar ile en fazla paya sahiptir. Türkiye, ayakkabı ihracatını 116.487.133 dolar ile en fazla Irak'a gerçekleştirmekte; Irak'ı Rusya (69.683.397), Almanya (36.229.332), Suudi Arabistan (33.300.236) ve İngiltere (22.153.265) takip etmektedir.

Rusya'ya yapılan ihracat 2014 yılında 111.197.573 dolar iken 2015 yılında 69.683.397 dolara düşmüştür. Bu düşüş %37,3 oranında bir ihracat kaybına neden olmuştur. Diğer taraftan Birleşik Arap Emirlikleri'ne yapılan ayakkabı ihracatı %152 oranında artış göstermiştir. İngiltere'ye yapılan ihracat %31,3 oranında düşerken, Hollanda'ya yapılan ihracat %125 oranında artış göstermiştir.

Tablo 18. Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (ABD doları)

Yıl	Değer
2010	395.624.111
2011	441.246.902
2012	545.923.172
2013	723.219.481
2014	719.258.058
2015	670.445.226

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

⁸⁵ Ekonomi Bakanlığı, "Ayakkabı Sektörü Raporu", 2014, s.2.

Tablo 19. Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı (ABD doları)

GTİP	Ürün Adı	2013	2014	2015
6401	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk ve Plastik, Su Geçirmez	13.351.346	12.158.140	12.487.923
6402	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk ve Plastik Diğer	138.031.172	161.884.454	160.440.692
6403	Ayakkabı; Yüzü Deri, Tabanı Kauçuk, Plastik, Tabii, Suni vb. Kösele	308.345.227	339.927.102	281.954.888
6404	Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik vb.	101.352.220	102.225.042	116.593.556
6405	Ayakkabı; Diğer	45.879.975	51.211.864	55.371.171
6406	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak vb.	116.259.541	51.851.456	43.596.996
	Toplam	723.219.481	719.258.058	670.445.226

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Ülkemiz ayakkabı sektörü ihracat açısından henüz arzu edilen seviyeye ulaşamamış, sahip olduğu potansiyeli gerçekleştirememiştir. İhracat arzu edilen seviyeye ulaşmadığı için kapasite kullanım oranları düşük seyretmekte, sektördeki firmalar eksik kapasite çalışmaktadır. İhracatın artması için, pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmeli, fuarlara katılım artırılmalıdır.

Tablo 20. Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (ABD doları)

Ülkeler	2014	2015	Değişim (%)
Irak	109.340.059	116.487.133	6,5
Rusya Federasyonu	111.197.573	69.683.397	-37,3
Almanya	39.819.802	36.229.332	-9,0
Suudi Arabistan	38.152.500	33.300.236	-12,7
İngiltere	32.257.027	22.153.265	-31,3
BAE	8.098.971	20.446.487	152,5
Cezayir	17.803.326	18.246.086	2,5
İtalya	16.714.461	17.626.226	5,5
Hollanda	7.469.693	16.806.636	125,0
Libya	14.399.123	16.758.003	16,4
Romanya	12.555.493	15.201.190	21,1
Fransa	13.840.480	14.445.072	4,4
Ukrayna	29.355.057	13.170.014	-55,1
İsrail	11.516.254	12.989.424	12,8
Bulgaristan	13.554.863	12.016.259	-11,4
İran	6.335.937	11.680.146	84,3
Türkmenistan	11.305.606	10.416.559	-7,9
Azerbaycan	14.015.944	10.311.536	-26,4
Yunanistan	10.400.146	9.311.219	-10,5
KKTC	8.595.867	8.683.146	1,0
Liste Toplam (İlk 20 Ülke)	526.728.182	485.961.366	-7,7
Diğer	192.529.876	184.582.032	-4,1
Genel Toplam	719.258.058	670.543.398	-6,8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

3.6. Sektörün İnsan Kaynağı Analizi

Kayıt dışı istihdam da dâhil edildiğinde, ülkemizde deri, giyim ve ayakkabı sektöründe toplamda 3 milyona yakın çalışanın olduğu tahmin edilmektedir; kayıt dışı çalışma ile işverenler önemli oranda mali yükten kurtulmakta ve işçilik maliyetlerinde azalma elde etmektedir.⁸⁶

Kayıt dışı istihdam, sosyal güvenlik açısından yasal şekilde çalışarak istihdama katılan kişilerin, çalışmalarının gün ve ücret olarak ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına hiç bildirilmemesi veya eksik bildirilmesidir. Kayıt dışı çalışanlar sosyal güvensiz, sendikasız, toplu iş sözleşmesiz kalırken, kayıt dışı çalışmadan dolayı devlet açısından prim kayıplarına neden olunmakta ve haksız rekabet tetiklenmektedir. Ayrıca sektörde sayıları giderek artan yabancı kaçak işçiler, bu durumu daha da güçleştirmektedir. Özellikle hazır giyim sektöründe kayıt dışılık son derece yaygındır. Eve iş verme sisteminin yaygınlaşması da, kayıt dışılığı artıran diğer sebeplerden biridir. Sektörün nitelsiz iş gücüne dayalı olması nedeniyle işçi çalıştırma yanında, çırak istihdamı da diğer sektörlerle kıyaslandığında oldukça yüksek oranlardadır. İşsizlik baskısı ve günü kurtarma düşüncesi, işçilerin gelecek güvencesinin de önüne geçmektedir. Kayıt dışı çalıştırma yaygınlaşmış, ücret düzeyi düşmüş, uzun çalışma saatleri, iş gücünü ucuzlatmanın en bilindik yolu olarak kullanılır olmuştur.

Bazı sendikaların çalışmalarına göre, sektörde kayıtlı çalışandan daha fazla kayıt dışı olduğu tahmin edilmektedir. Örneğin, yaklaşık 2.3 milyon tekstil işçisinin 1 milyonunun kayıtlı, 1.3 milyonunun ise kayıt dışı olarak çalıştığı tahmin edilmektedir.⁸⁷

Sektör istihdamına ilişkin önemli bir diğer sorun da çocuk emeği kullanımıdır. Kalifiye işçiliğe çok fazla gereksinim duyulmaması, kayıt dışılığın yoğun olması nedenleriyle DGA sektöründe çocuk işçi istihdamı yoğunlaşmıştır. En çok çocuk işçi Güneydoğu'da çalıştırılmaktadır. Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (DİE) araştırmalarına göre; çocuk istihdamının yoğun olduğu iller arasında Mardin, Siirt, Kahramanmaraş, Şanlıurfa ve Gaziantep bulunmaktadır. 12-14 yaş grubu erkek çocukların %6,4'ü kırlarda, %1,9'u ise kentlerde çalışmaktadır. Uzmanlar, işçi çocuk sayısında erkeklerin fazla olmasını, eğitim sisteminin dışında kalma oranlarının yüksek olmasıyla ilişkilendirmektedir. Çocuk işçiler, en çok sırasıyla tarım, sanayi, ticaret ve hizmet sektörlerinde çalıştırılmaktadır. Sanayi sektörü içerisinde ise en çok çocuk çalıştırma oranı deri, giyim ve ayakkabı sektöründe mevcuttur.⁸⁸

Deri, giyim ve ayakkabı sektörlerindeki istihdamla ilgili en önemli sorunlardan bir diğeri ise çalışma ortam ve koşullarının uygun olmamasıyla ilgilidir. Uygun olmayan çalışma ortam ve koşulları ile kastedilenler oldukça geniş bir liste oluşturabilecekken, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, İş Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın "Hazır Giyim Sektöründe Ça-

⁸⁶ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, "Türkiye Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı, s. 20. <http://www.adaso.org.tr/WebDosyalar/Yayinlar/DisTicaretRaporlari/T%C3%BCrkiye%20Tekstil,%20Haz%C4%B1rgiyim%20ve%20Deri%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Sekt%C3%B6rleri%20Strateji%20Belgesi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%202015-2018.pdf>

⁸⁷ DİSK Tekstil, <http://disktekstil.org/kayit-icini-kayitdisi-seviyesine-indirerek-kayit-disi-ile-mucadele-edilemez.html>

⁸⁸ TÜİK Çalışan Çocuklar Raporu; www.tuik.gov.tr/IcerikGetir.do?istab_id=133

İşan İşçilerin Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi Programlı Teftişi Sonuç Raporu”nda en fazla öne çıkan unsurlar şunlardır:

- Uzun çalışma saatleri,
- İşçilerin, dinlenme haklarının (ara dinlenmesi, hafta tatili, ulusal bayram ve genel tatil, yıllık izin) ihlali,
- Kadın işçilerin yoğun olarak çalıştığı sektörde, kadına özel tanınan hakların tam olarak kullanılmaması, çalışma koşulları açısından kadın işçilere uygulanan ayrımcılık,
- Kayıt dışı istihdam,
- İş yerinde mobbing (psikolojik taciz) uygulamaları,
- Ücretle ilgili sorunlar (düşük ücret, ücretin geç ödenmesi, fazla çalışma, ulusal bayram ve genel tatil günlerine ait ücretlerin ödenmemesi, asgari ücretin altında çalıştırma).⁸⁹

2010’da aynı dönemler baz alındığında tekstil sektöründeki kayıtlı istihdam 344 bin kişi iken 2011’de bu sayı, 375 bine ulaşmıştır. Bu %9’luk bir istihdam artışına işaret etmektedir. Konfeksiyon sektöründeki kayıtlı istihdam 2010’da 375 bin iken, 2011’de 398 bine ulaşmıştır.⁹⁰

2008’de gelen istihdam paketiyle beraber SSK primleri %5 oranında düşmüştür. Ülkemizde işverene düşen sigorta prim payları, 2008’de yapılan indirimle rağmen %40 civarındadır. Bu oran OECD ülkelerinde %27,3, AB’de ise %32 civarındadır. Ülkemizde tekstil sektöründe kayıtlı istihdamın artmasının önündeki engellerden biri de SSK primlerinin yüksek olmasıdır.⁹¹

3.6.1. Sektördeki İşletmelerdeki İşçi Sayıları

2006-2012 döneminde, 2011 ve 2012 yıllarında görülen toparlanma eğilimine karşın, tekstil ve hazır giyim sanayilerinde istihdamın azaldığı görülmektedir. Öte yandan, toplam imalat sanayisinde istihdam endeksi, aynı seviyelerde istikrarlı bir eğilim içindedir.

Tablo 21. Tekstil ve Hazır Giyim Sanayileri İstihdam Endeksi (2005=100)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tekstil	98,0	102,2	94,0	80,6	85,7	89,2	96,3
Hazır Giyim	96,3	96,2	94,2	81,0	82,6	84,5	84,9

Kaynak: TÜİK

⁸⁹ Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, İş Teftiş Kurulu Başkanlığı, “Hazır Giyim Sektöründe Çalışan İşçilerin Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi Programlı Teftişi Sonuç Raporu”, s. 16 http://www3.csgb.gov.tr/csgbPortal/ShowProperty/WLP%20Repository/itkb/dosyalar/yayinlar/yayinlar2013/2011_52

⁹⁰ Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi, s. 11; <http://www.tekstilisveren.org.tr/images/stories/dergi/ocak12/ocak2012.pdf>

⁹¹ Doğan, Nedim, Türkiye’de Tekstil Sektöründe İstihdamın Geliştirilmesi: Denizli ve Kayseri Örneği, Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Danışman: Sema Palamutçu, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2014, s.63-65.

Tekstil ve hazır giyim sanayilerinde, istihdam yapısı incelendiğinde, hazır giyim sanayisinde kadın çalışanların toplam sektör istihdamındaki payının %47,2 ile imalat sanayisi ortalamasının üzerinde olduğu dikkat çekmektedir. Bu da, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin istihdamın ve sosyal refahın tabana ve ekonomiden atıl kalmış kesimlere yayılmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Ayrıca, tekstil sanayisinde 50'den fazla işçi çalıştıran işletmelerde çalışan sayısının yüksek olması, tekstil sanayisinin daha sermaye-yoğun bir sanayi kolu olmasını; hazır giyim sanayisinin ise ağırlıklı olarak 10-49 arası işçi çalıştıran işletmelerde yoğunlaşması, hazır giyim sanayisinin emek-yoğun ve çoğunlukla küçük ve orta ölçekli firmaların faaliyet gösterdiği bir sanayi kolu olmasını doğrular niteliktedir. Tekstil ve hazır giyim sanayilerinin istihdam açısından farklı karakteristikler taşıması, bu sanayilerin ekonomideki yerini, önemini ve önceliklerini de farklılaştırmaktadır. Tekstil sanayisinde yatırım için sermaye ihtiyacı öncelikli bir konu olarak öne çıkarken; hazır giyim sanayisinde işçi verimliliği ve sadakati, ayrıca ürün farklılaştırma, dağıtım, pazarlama gibi son tüketiciye ulaşmada belirleyici olan unsurlar önem kazanmaktadır. Öte yandan son dönemde tekstil sektöründe yenilikçi ve teknik tekstillerin önem kazanması, hazır giyim sektöründe ise tasarım, moda ve organizasyon becerisinin rekabeti belirleyici faktörler olarak gündeme gelmesi bu sektörlerde nitelikli iş gücünün önemini bir kez daha ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 22. Tekstil ve Hazır Giyim Sanayileri İstihdam Yapısı – 2013

	Tekstil	Giyim
Toplam Çalışan Sayısı	430.213	454.754
Erkek Çalışan Sayısı	305.038	240.104
Kadın Çalışan Sayısı	125.175	214.650
Kadın Çalışanların Yüzdesi (%)	29,1	47,2
1-9 Kişi Çalıştıran İşletmelerde Çalışanlar	38.349	86.935
10-49 Kişi Çalıştıran İşletmelerde Çalışanlar	92.571	150.283
50-249 Kişi Çalıştıran İşletmelerde Çalışanlar	145.235	126.519
250+ Kişi Çalıştıran İşletmelerde Çalışanlar	154.058	91.017

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK)

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayisinde çalışan kişi sayıları, ürün grupları temelinde ele alınmaktadır. 2012 verilerine bakıldığında, en çok istihdama sahip ürün grubunun deri ile ilgili ürünlerin imalatında yer aldığı görülmektedir.

Deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde kayıtlı toplam iş yeri sayısı 2012 yılında 57.715 firma iken, 2013 yılında bu sayı 58.452 firmaya yükselmiştir. Sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin çoğu, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) niteliğindedir. Tekstil sektöründe kayıtlı işletmelerin %98,3'ü, hazır giyim sektöründe %99,5'i, deri ürünleri sektöründe ise 3 firmanın dışında tamamı KOBİ niteliğindedir.

2013 yılı SGK kayıtlarına göre 12.412.998 sigortalı çalışan arasında 3.401.167'si imalat sanayisinde kayıtlı olup bunlardan 429.876 kişi tekstil imalatında (17.882 firmada),

463.349 kişi hazır giyim imalatında (33.812 firmada), 64.676 kişi ise deri ürünleri imalatında (6.758 firmada) istihdam edilmektedir. Buna karşılık tekstil ve hazır giyim sektörlerinde kayıt dışılık dikkate alındığında 450.000 kadarı tekstilde, 1.500.000 kadarı da hazır giyimde olmak üzere 2.000.000 civarında kişinin çalıştığı tahmin edilmektedir. Sektörlerin emek yoğun yapısı ve küresel düzeyde işçilik maliyetlerinde yaşanan yoğun rekabet, kayıt dışı istihdamın önünü açmaktadır.

Kayıt dışılık dikkate alındığında deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinin tüm sektörler içindeki toplam istihdam oranının %12 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Tekstil sektöründe en büyük istihdam (50–249 çalışanı olan) orta ölçekli iş yerlerinde sağlanırken, hazır giyim ve deri ürünleri sektörlerinde istihdam (50 çalışanın altında olan) küçük ölçekli iş yerlerinde yoğunlaşmaktadır.

Tablo 23. Yıllara Göre İstihdam Endeksi (2010=100)

	2011	2012	2013	2014
Tekstil	392.550	430.213	441.357	441.766
Hazır Giyim	413.218	454.754	477.139	495.225
Deri Ürünleri	53.034	60.591	65.813	65.393

Kaynak: SGK İstatistik Yıllığı

Deri sektöründe, 2012 yılında 8 adet büyük ölçekli firma sayısının 2013 yılında 3'e düşmesi dikkat çekicidir. TÜİK verilerine göre her üç sektörde istihdam artışı sürerken, tekstil ve deri ürünleri sektörleri istihdamı kriz öncesi performansı üzerine çıkmış, hazır giyim sektörü istihdamı hâlen kriz öncesini yakalayamamıştır.

Tablo 24. Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı (Ücretle Çalışan Sayısı, Kişi)

Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Deri ve Deri Ürünleri İmalatı	59.731	57.954	59.980	47.604	58.056	60.698	71.296
Deri giyim eşyası	14.228	14.646	13.627	10.370	12.556	11.626	11.736
Kürkten eşya imalatı	677	941	1.989	934	1.244	1.824	2.130
Deri ve ilgili ürünlerin İmalatı	44.826	42.367	44.364	36.300	44.256	47.248	57.430
Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	10.590	11.493	10.544	7.920	8.736	9.948	10.064
Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	6.171	6.127	7.006	6.116	7.451	7.180	9.160
Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	28.065	24.747	26.814	22.264	28.069	30.120	38.206
İmalat Sanayi Toplam	2.368.861	2.459.904	2.538.318	2.264.238	2.564.244	2.842.446	3.126.540

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri

Tablo 25. Ayakkabı Sektöründe İstihdam Edilen Kişi Sayısı

	2005
Toplam İstihdam	300,000
Sanayileşmiş Kesimde İstihdam	20,000
Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde İstihdam	280.000

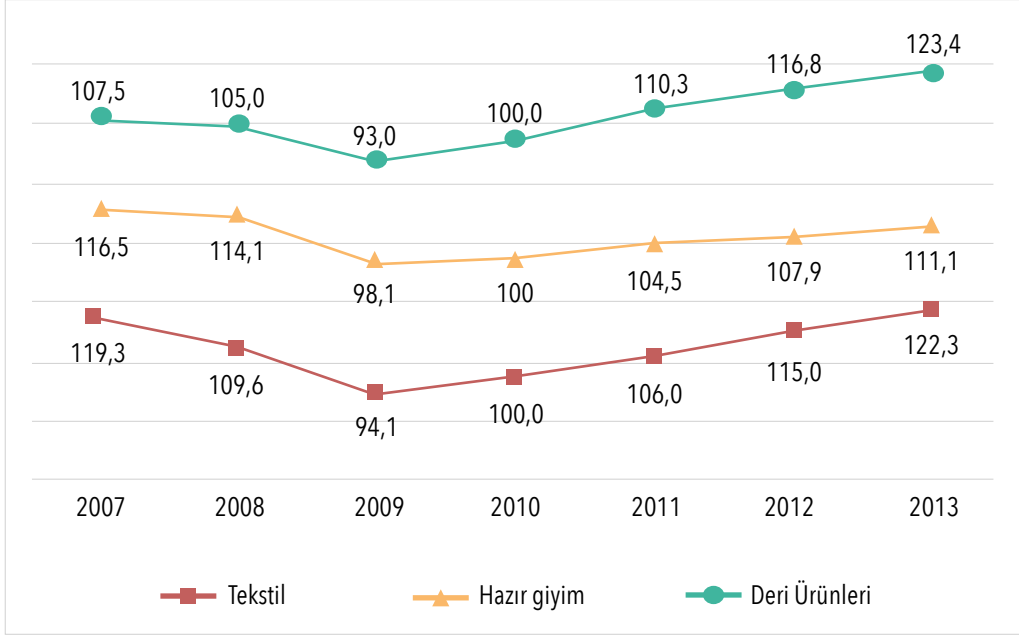
Kaynak: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. "Ayakkabı Sektör Araştırması"

Daha önce de belirtildiği gibi ayakkabı sektöründe istihdam, büyük ölçekli sanayileşmiş ve az sayıda bölgede yoğunlaşmış üreticiler tarafından değil; çok büyük bir oranda Türkiye'nin dört bir yanına yayılmış hâldeki 30 bin civarındaki mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler tarafından yapılmaktadır. İstihdam rakamlarına bakıldığında, toplam istihdam rakamı olarak ifade edilen 300 bin kişinin %90'dan fazlasının bu şekilde KOBİ'ler tarafından istihdam edildiği; yalnızca 20 bin civarında kişinin ise büyük ölçekli sanayileşmiş ayakkabı üreticileri tarafından istihdam edildiği görülmektedir (Tablo 25). Bu rakamlar Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneğinin verilerinden çıkarılmış, 2005 yılında Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. tarafından yayımlanan Ayakkabı Sektör Araştırması Raporu'nda yer almış ve 2014 yılında Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı Raporu'nda da yinelenmiştir. Aynı kaynaklara göre Türkiye ayakkabı üretiminin ve dolayısıyla istihdamının en yoğun olduğu iller arasında, üretimin yaklaşık %50'sinin gerçekleştirildiği İstanbul öne çıkmaktadır. Onu izleyen iller arasında İzmir, Konya, Bursa, Ankara, Gaziantep, Manisa ve Denizli sıralanabilir.⁹²

3.6.2. Sektördeki İş Gücünün Niteliği

Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) kayıtlarına göre 2011 ve 2014 yılları arasında kayıtlı istihdamda tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinde artış gözlenmiştir. 31.05.2006 tarihli ve 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendine göre zorunlu sigortalı sayıları temel alınmış istihdam rakamları aşağıda yer almaktadır.

⁹² Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. "Ayakkabı Sektör Araştırması" http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/SA/2005-SA/SA-05-05-16_Ayakkabi_Sektoru.pdf

Şekil 20. Yıllara Göre İstihdam Endeksi (2010=100)**Kaynak:** TÜİK

İmalat ve tekstil sektöründe çalışanların eğitim durumlarına göre dağılımları aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Tekstil sektöründe çalışanların eğitim durumlarının, daha çok düz lise ve ilkokul olduğu; imalat sanayisinde çalışanların ise daha çok mesleki lise ve düz lise olduğu görülmektedir. Tekstil sektöründe %24,6 ile en yüksek istihdamı ilkokul mezunları oluşturmaktadır; yükseköğretim oranı ise %5'tir.

Tablo 26. İmalat ve Tekstil Sektörlerinde Çalışanların Eğitim Durumları Karşılaştırılması

Mezuniyet Durumu		Tekstil (%)	İmalat Sanayi (%)
Sadece Okur Yazar		0,3	0,1
İlkokul		24,6	17,2
Ortaokul	Düz	16,8	10,1
	Mesleki	3,4	0,9
Lise	Düz	33,3	17,1
	Mesleki	15,4	42,8
Yüksek Öğretim		5,5	9,6
Araştırma Kapsamında Çalışan Sayısı		18.088	205.0006

Kaynak: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK), 2011.



Bölüm 4

Sektörde İşe Başlangıç
Süreçleri



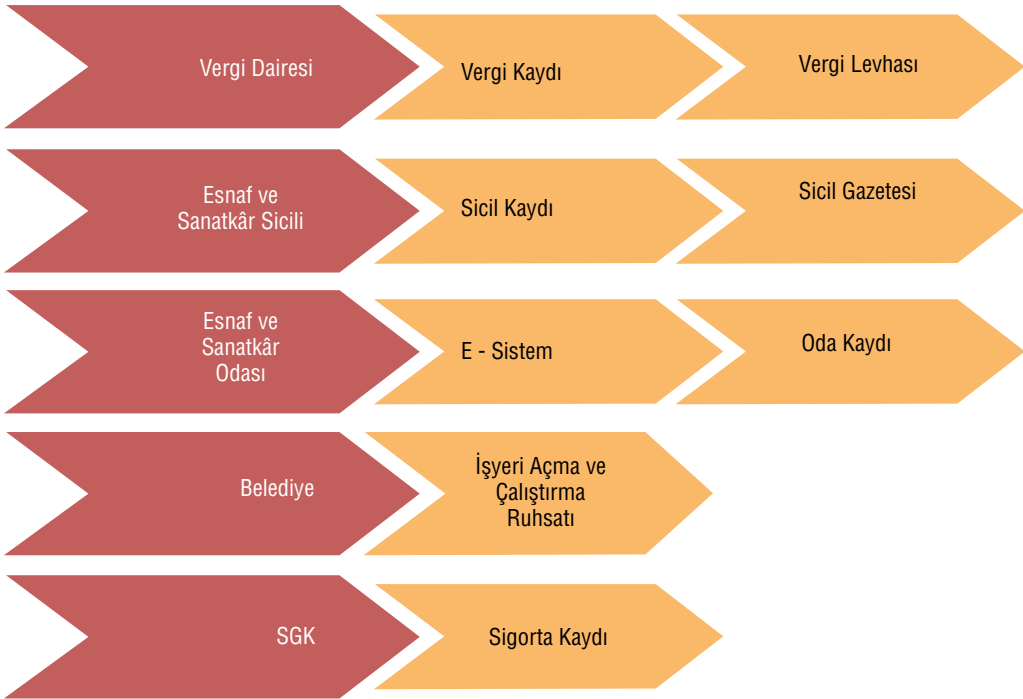
Deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkar için, bazı mesleklerde talep edilen ustalık belgesi dışında herhangi bir belge veya sertifikasyon gerekmediğinden işe başlangıç süreçleri benzerlik göstermektedir.

Esnaf ve sanatkarın bir iş yeri açacağı zaman başvurmak zorunda olduğu makamlar/ idari kuruluşlar aşağıda belirtilmiştir:

Şekil 21. İşe Başlangıç Süreçlerindeki Kurumlar



Şekil 22. İşe Başlangıç Süreçlerindeki Kurumlarda Yapılacak İşlemler



4.1. Vergi İşlemleri

Gelir vergisi mükelleflerinin bir işle ilgili fiilî olarak çalışmaya başlamaları veya mesleki bilgiye ve ihtisasa dayanan bir meslek ya da sanat faaliyetiyle uğraşmaları, bu kişilerin vergi mükellefi olmalarını gerektirir. Vergi mükellefi olunması ile ilgili hususlar 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nda düzenlenmiştir.

İlgili Kanun'un 168. maddesi başvuru ile ilgili süreleri belirtmektedir.

Madde 168: Gerçek kişilerde işe başlama bildirimleri, işe başlama tarihinden itibaren on gün içinde kendilerince veya 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'na göre ruh-

sat almış avukatlar veya 3568 sayılı Kanun’a göre yetki almış meslek mensuplarınca; şirketlerin kuruluş aşamasında işe başlama bildirimleri ise işe başlama tarihinden itibaren on gün içinde ticaret sicili memurluğunca ilgili vergi dairesine yapılır. Şirketlerin işe başlama bildirimleri dışında yapılacak bildirimler ile işi bırakma ve değişiklik bildirimleri, bildirilecek olayın vukuu tarihinden itibaren bir ay içerisinde mükellef tarafından vergi dairesine yapılır.

Vergi mükellefiyeti olunması işlemleri, vergi dairesine başvuru ile başlamaktadır. Bu başvuru “işe başlama başvuru formu”nun doldurulması ve gerekli belgelerin eklenip vergi dairesi sicil yoklama servisine müracaat edilmesi ile gerçekleştirilmektedir. Forma eklenecek belgeler, gelir vergisi mükellefleri, basit usulde vergilendirilen mükellefler, ticari plakalı araç sahibi mükellefler ve ücret geliri elde eden hizmet erbabı olunmasına göre değişmektedir. Yapılan başvuru vergi dairesi tarafından değerlendirilmekte ve gerçek veya basit usulde vergilendirilme durumuna göre işlemler başlatılmaktadır.

İş başvuru bildirimine eklenmesi gereken belgeler aşağıda yer almaktadır:

- Noter onaylı imza sirküleri (basit usulde vergilendirilenler hariç),
- Onaylı nüfus cüzdanı sureti (mükellefin vergi dairesine bizzat başvurması hâlinde nüfus cüzdanının fotokopisi müdür yardımcısı, şef veya görevlendirilecek bir memur tarafından aslı ile karşılaştırılarak “Aslının Aynıdır” şeklinde tasdik edilir),
- İkametgâh ilmühaberi,
- Basit usulde vergilendirme talep eden yükümlülerden;
 - İş yerinin kendisine ait olması hâlinde emlak vergisine esas olan vergi değerini gösterir belediyeden alınacak onaylı bir belge,
 - İş yerinin kiralanmış olması hâlinde ise kira kontratının bir örneği,
- Ticari plakalı nakil vasıtaları sahiplerinden bu taşıtlara ilişkin fatura veya noter senedinin tasdikli bir örneği (fatura veya noter senedi örneğinin aslı ile birlikte ibraz edilmesi hâlinde müdür yardımcısı veya şef tarafından tasdik edilir),

Vergi dairesine başvuran kişiler 213 sayılı Kanun’un 5. maddesi gereği kırtasiyelerden boş bir vergi levhası edinmeli ve gerekli bilgileri levhaya işleyerek vergi dairesi yetkililerine tasdik ettirmelidir. Vergi levhalarında bulunacak bilgiler, 408 Sıra No’lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile belirlenmiştir. Buna göre vergi levhasında mükellefe ait aşağıdaki bilgiler bulunmalıdır:

- Adı ve soyadı,
- Ticaret unvanı,
- İş yeri adresi,
- Vergi kimlik numarası,
- Bağlı bulunduğu vergi dairesi,
- Vergi türü,

- İşe başlama tarihi,
- Ana faaliyet kodu ve faaliyet türü,
- Faaliyet durumu (faal, terk, tasfiye hâlinde),
- Beyan edilen son üç yıla ait matrahlar ve bu matrahların ait olduğu takvim yılı için tahakkuk eden vergiler,
- Gelir İdaresi Başkanlığı bilgi işlem sistemi tarafından üretilecek onay kodu.

Vergi mükellefi ödeme kaydedici cihaz kullanacak ise, bu cihazı vergi dairesine bir dilekçe ile kaydettirmek zorundadır.⁹³

Şekil 23. Gelir Vergisi Mükelleflerinde Mükellefiyet Süreci Tablosu



Vergiden Muaf Esnaf ve Sanatkâr

Gelir vergisinden muaf olabilecek nitelikteki esnaf, 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu 9. maddede sıralanmıştır. Buna göre deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde faaliyet gösteren ve vergiden muaf olabilecek esnaf ve sanatkarların taşınması gereken şartlar aşağıda yer almaktadır:

- Motorlu nakil vasıtaları kullanmamak şartı ile gezici olarak veya bir iş yeri açmaksızın perakende ticaret ile iştigal edenler (Giyim eşyalarıyla zati ve süs eşyaları, değeri yüksek olan ev eşyaları ile pazar takibi suretiyle gıda, bakkaliye ve temizlik maddelerini ve sabit iş yerlerinin önünde sergi açmak suretiyle o iş yerlerinde satışı yapılan aynı neviden malları satanlar hariç);
- Bir iş yeri açmaksızın gezici olarak ve doğrudan doğruya müstehlike iş yapan hallaç, kalaycı, lehimci, musluk tamircisi, çilingir, ayakkabı tamircisi, kundura boyacısı, berber, nalbant, fotoğrafçı, odun ve kömür kırıcısı, çamaşır yıkayıcısı ve hammallar gibi küçük sanat erbabı;

⁹³ Gelir İdaresi Başkanlığı, Gelir Vergisi Mükelleflerinde İşe Başlama - İş Bırakma Mükellefiyetinde Meydana Gelen Değişiklikler http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/yayinlar/gelir_isi_dirakma_degisiklik.pdf (Erişim Tarihi: 26.5.2016)

- Köylerde gezici olarak her türlü sanat işleri ile uğraşanlar ile aynı yerlerde aynı işleri bir iş yeri açmak suretiyle yapanlardan 47. maddede yazılı şartları haiz bulunanlar (51. madde şümulüne girenler bu muafiyetten faydalanamazlar);
- Evlerde kullanılan dikiş, nakış, mutfak robotu, ütü ve benzeri makine ve aletler hariç olmak üzere, muharrik kuvvet kullanmamak ve dışarıdan işçi almamak şartıyla; oturdukları evlerde imal ettikleri havlu, örtü, çarşaf, çorap, halı, kilim, dokuma mamulleri, kırpıntı deriden üretilen mamuller, örgü, dantel, her nevi nakış işleri ve turistik eşya, hasır, sepet, süpürge, paspas, fırça, yapma çiçek, pul, payet, boncuk işleme, tığ örgü işleri, ip ve organları, tarhana, erişte, mantı gibi ürünleri iş yeri açmaksızın satanlar. Bu ürünlerin, pazar takibi suretiyle satılması ile ticari, zirai veya mesleki faaliyetleri dolayısıyla gelir ve kurumlar vergisi mükellefi olanların düzenledikleri hariç olmak üzere; düzenlenen kermes, festival, panayır ile kamu kurum ve kuruluşlarınca geçici olarak belirlenen yerlerde satılması muafıktan faydalanmaya engel değildir.
- Bu Kanun'un 47. maddesinde yazılı şartları haiz olanlardan kendi ürettikleri ürünleri satanlara münhasır olmak üzere el dokuma işleri, bakır işlemeciliği, çini ve çömlek yapımı, sedef kakma ve ahşap oyma işleri, kaşıkcılık, bastonculuk, semercilik, yazmacılık, yorgancılık, keçecilik, lüle ve oltu taşı işçiliği, çarıkçılık, yemenicilik, oyacılık ve bunlar gibi geleneksel, kültürel, sanatsal değeri olan ve kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında faaliyette bulunanlar;
- Yukarıdaki bentlerde sözü edilen işlere benzerlik gösterdikleri Maliye Bakanlığınca kabul edilen ticaret ve sanat işleri ile iştigal edenler.

Ticari, zirai veya mesleki kazancı dolayısı ile gerçek usulde Gelir Vergisine tabi olanlar ile yukarıda sayılan işleri Gelir ve Kurumlar Vergisi mükelleflerine bağlılık arz edecek şekilde yapanlar, esnaf muafılığından faydalanamamaktadır.

Esnaf muafılığı şartlarını topluca taşıyanlar bu muafıktan yararlanabilmek için ilgili esnaf odasına kayıt olmak ve durumlarını tevsik etmek suretiyle belediyeden “Esnaf Muafılığı Belgesi” almak zorundadırlar. Esnaf muafılığından faydalananlar faaliyetleri ile ilgili olarak satın aldıkları mallara ve giderlerine ilişkin, gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinden aldıkları belgeleri saklamak zorundadırlar.

213 sayılı Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre yoklamaya yetkililer veya yoklamaya yetkililerle birlikte belediye zabıtarlarınca müştereken yapılan denetimlerde, vergiden muaf esnafın bir takvim yılı içinde bir defa mal alış ve giderlerine ilişkin belgeleri yanında bulundurmadığının veya bulundurduğu belgenin satışını yaptığı mal ve hizmetle ilişkisinin olmadığının tespiti hâlinde, “Esnaf Muafılığı Belgesi” iptal edilir. Belgesi iptal edilenlerden muafık şartlarını taşıyanlar, aynı faaliyete devam etmek istemeleri hâlinde yeniden belge almak zorundadırlar.

4.2. Esnaf ve Sanatkâr Sicili İşlemleri

Esnaf ve sanatkârlar vergi dairesine kayıt yaptırdıktan sonra, ikinci adım olarak durumlarını sicile tescil ettirmek; esnaf ve sanatkâr siciline kayıtlarını da Sicil Gazetesi'nde ilan ettirmek

ile yükümlüdürler. Sicile kayıt esnasında esnaf ve sanatkâr vergiden muaf ise bunu belgelemek zorundadır. Esnaf ve sanatkâr sicili ile ilgili hususlar 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşu Kanunu'nun 68. maddesinde şu şekilde düzenlenmiştir:

“Bu Kanun kapsamındaki esnaf ve sanatkârlar, yanlarında çalışanlar hariç, çalışmaya başladıkları tarihten itibaren durumlarını otuz gün içinde bağlı bulundukları sicile tescil ve Sicil Gazetesi'nde ilan ettirmekle yükümlüdürler. Bu yükümlülüğü yerine getirmedigi tespit edilenler, birlik tarafından, ruhsat vermekle yetkili ilgili kurum ve kuruluşlara bildirilir. İlgili kurum ve kuruluşlar, sicil kaydı yapılmaya kadar bunların faaliyetlerini durdurur.” (Madde 68)

Sicil işlemleri ile ilgili hususlar Esnaf ve Sanatkâr Sicili Yönetmeliği'nde, daha ayrıntılı bir şekilde düzenlenmiştir.

6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 29.01.2015 tarih ve 29251 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmesiyle birlikte, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu kapsamına alınan il ve mesleklerde faaliyette bulunacak esnaf ve sanatkârların sicile kayıt sırasında meslek dalı ile ilgili ustalık belgesini Esnaf ve Sanatkâr Sicil Müdürlüğüne verme zorunlulukları kaldırılmış ve 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 68. maddesinin ilk fıkrasının son cümlesi, “*Sicil ve oda tarafından, esnaf ve sanatkârlardan kayıt sırasında 5/6/1986 tarihli ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nda öngörülen ustalık belgesi veya muadili belgeler istenmez.*” şeklinde değiştirilmiştir. 6585 sayılı Kanun'un 21. maddesi aşağıda yer almaktadır.

Madde 21: 07.06.2005 tarihli ve 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 68. maddesinin birinci fıkrasının son cümlesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

“Sicil ve oda tarafından, esnaf ve sanatkârlardan kayıt sırasında 5/6/1986 tarihli ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nda öngörülen ustalık belgesi veya muadili belgeler istenmez.”

Kanun'da yapılan değişikliğe rağmen ikincil mevzuat olan 16.09.2005 tarihli Esnaf ve Sanatkâr Sicil Yönetmeliği henüz değiştirilerek güncellenmediğinden sorunlar yaşanmakta, bazı kurum ve kuruluşlar ustalık belgesi istemeye devam etmektedir. Her ne kadar normlar hiyerarşisi gereği öncelikle kanuna uyulması gerekse de, uygulamada farklılıklararaştırılabilmektedir. Bu sebeple ilgili Yönetmelik'in “Sicile müracaat ve süresi” ile ilgili 10. maddesinde gerekli değişiklikler bir an önce yapılmalı ve farklı uygulamalar önlenerek standart sağlanmalıdır.

Esnaf ve sanatkârın işe başlayabilmeleri için sicil kaydı zorunludur ve birden çok meslekle iştigal ediliyorsa, her bir meslek için ayrı kayıt yaptırmaları gerekmektedir. Sicil müdürlüklerinde kaydı yapılan esnaf ve sanatkârın bilgileri, elektronik ortamda Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında işlenmektedir. Sicil kaydını yaptıran esnaf ve sanatkâra, kendileri ile ilgili bilgileri (adı soyadı, vatandaşlık numarası, iş yeri unvanı, meslek dalı, iş yeri adresi veya ikametgâh adresi vb.) içeren ve 5 yılına geçerli olan sicil tasdiknamesi verilmektedir.

Tescil işlemlerinde esnaf ve sanatkârlardan istenen belgeler 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, Esnaf ve Sanatkârlar

Sicili Yönetmeliği ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığının 2012/1 sayılı Genelgesinin çeşitli hükümlerinde düzenlenmiştir.

Sicile kayıt (tescil) işlemlerinde aşağıdaki belgeler istenmektedir:

- Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olduğunu veya yabancı devlet tabiyetinde bulunmakla beraber Türkiye’de sanat ve ticaret yapıyor olduğunu ispatlar belge,
- Vergi mükellefi olduğunu ya da vergiden muaf olduğunu ispatlar belge,
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıtlı olmadığını ispatlar belge,
- Ticari taşıt sahibiyse taşıt ruhsatı fotokopisi,
- Tescil istemini içeren dilekçe,
- Kişi işlemi yaptırmak için başkasına vekâlet veriyse vekâletname fotokopisi,
- Kullanılacak işletme unvanının ve bunun altına atılacak imzanın noter onayı,
- Başvuru formu,
- Sicile kayıt ücreti dekont örneği,
- Sicil harç bedeli dekont örneği,
- Gazete ilan ücreti dekont örneği,
- 3 adet vesikalık fotoğraf.

Ancak, Gümrük ve Ticaret Bakanlığının 2012/1 sayılı Genelgesi ile 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu kapsamında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların iş yeri açılışlarının basitleştirilmesi ve sadeleştirilmesi amacıyla ilgili sicil müdürlükleri ile esnaf ve sanatkârlar odalarına kayıt işlemlerinde istenilen belge sayısı azaltılmıştır. Bu çerçevede, esnaf ve sanatkârlardan sicile kayıt esnasında;

- Nüfus cüzdanı örneği veya fotokopisi,
- İkametgâh ilmühaberi,
- Vergi levhasının aslı ya da fotokopisi,

istenmemektedir. Bu bilgiler Esnaf ve Sanatkâr Bilgi Sistemi (ESBİS) aracılığıyla sağlanmaktadır.

4.3. Esnaf ve Sanatkâr Odası İşlemleri

Esnaf ve sanatkâr, vergi ve sicil kaydını yaptırdıktan sonra ilgili meslek odasına kayıt yaptırmak zorundadır. Bu husus 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun 6. maddesinde şu şekilde düzenlenmiştir.

Madde 6: Esnaf ve sanatkârların sicile kayıtları yapılmadıkça, hiçbir şekilde odaya kayıt yapılamaz. Sicile kayıt olan esnaf ve sanatkârlara ait bilgiler sicil tarafından; elektronik ortamda, iş yerlerinin bulunduğu yerdeki, iş yerleri seyyar olanların ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına;

meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odası bulunmayanların bilgileri ise karma odaya kayıt için gönderilir. İlgili oda yönetim kurulu, bu kişilerle ilgili üyelik kararlarını ilk toplantısında alır.

Esnaf ve sanatkâr odasına kayıt işlemlerinde, sicile kayıt sırasında ibraz edilen belgeler sicil müdürlüğü marifetiyle esnaf ve sanatkâr odasına iletilmektedir. Dolayısıyla, odaya kayıt işlemi elektronik ortamda (ESBİS üzerinde) gerçekleştirilmekte olup ilgili kişilerden başka herhangi bir belge istenmemektedir. Esnaf ve sanatkârların T.C. kimlik numaralarını beyan etmeleri yeterlidir.

4.4. Belediyeler ile İlgili İşlemler

Esnaf ve sanatkâr, meslek odasına kayıt yaptırdıktan sonra iş yeri açma ve çalıştırma ruhsatı almak için ilgili belediyeye gitmek zorundadır. 10.8.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in 6. maddesinde bu husus açıkça belirtilmektedir. İlgili maddede "yetkili idarelerden usulüne uygun olarak iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmadan iş yeri açılmaz ve çalıştırılmaz... İş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmadan açılan iş yerleri yetkili idareler tarafından kapatılır." hükümleri yer almaktadır.

5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 15. maddesinde belediyelerin ruhsatlandırma ile ilgili görevlerine de yer verilmektedir. Bu maddeye göre belediyeler gayrisihhi müesseseler ile umuma açık istirahat ve eğlence yerlerini ruhsatlandırmak ve denetlemekle yükümlüdür. Belediyelerin ayrıca, aynı maddeye göre izinsiz satış yapan seyyar satıcıları faaliyetten men etme, izinsiz satış yapan seyyar satıcıların faaliyetten men edilmesi sonucu cezası ödenmeyerek iki gün içinde geri alınmayan gıda maddelerini gıda bankalarına, cezası ödenmeyerek otuz gün içinde geri alınmayan gıda dışı malları yoksullara verme görevleri bulunmaktadır.

Belediyeler iş yerlerini sıhhi ve gayrisihhi müessese olarak ikiye ayırmakta, gayrisihhi müesseseler de kendi içinde sınıflara ayrılmaktadır. Belediyeler iş yerinin kategorisine göre farklı belge ve şartlar aramaktadır.

10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek 1'de sıhhi müesseselerde aranan şartlar aşağıda sıralanmaktadır; bu ortak şartların yanında müesseselerin niteliğine göre ek şartlar olabilmektedir.

Sihhi Müesseselerde Aranacak Asgari Ortak Şartlar

- İş yeri amaca uygun bir şekilde tasarlanmış, temiz ve aydınlık olacaktır.
- İş yerinin havalandırma tertibatı bulunacak; ısıtma ve havalandırma, soba, kalorifer veya klima sistemlerinden uygun olanı ile yapılacaktır.
- Tek ruhsatla açılan ve birden fazla faaliyet alanı bulunan iş yerlerinde her faaliyet dalı için ilgili bölümlerde öngörülen şartlar ayrıca aranacaktır.
- On kişiden fazla çalışanı bulunan müstakil iş yerlerinde dinlenme yeri, kıyafet değiştirme kabini, bay ve bayan için ayrı tuvalet bulunacaktır. Ancak birden fazla iş yerinin bulunduğu iş hanı, iş merkezi, pasaj, gar, terminal gibi yerlerde ortak kul-

lanıma ayrılmış yeter sayıda lavabo ve tuvalet varsa, buralarda açılan iş yerleri için ayrıca tuvalet ve lavabo şartı aranmaz.

- İş yerinde üretilen çöp ve benzeri atıkların toplanması ve muhafazası için gerekli tedbirler alınacak ve atık suyun uygun bir şekilde tahliye edilmesini sağlayacak bağlantı bulunacaktır.
- İtfaiye raporu alması gerekmeyen iş yerlerinde çalışanların ve müşterilerin güvenliğini sağlamak amacıyla yangına karşı önlemler alınacaktır.
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerleriyle, kişilerin yoğun olarak giriş-çıkış yaptığı diğer iş yerlerinde giriş ve çıkışlar ayrı kapıdan olacak ve yangına karşı ayrıca tahliye çıkışı bulunacak, yangın çıkışları ışıklı tabela ile gösterilecektir.

Gayrisihhi müesseseler, 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik ekinde yer alan listeden belirlenmiştir. Bu listelerde yer alan ve deri, giyim ve ayakkabı sektörleriyle ilgili olabilecek müesseseler aşağıda yer almaktadır:

Birinci Sınıf Gayrisihhi Müesseseler

- Boyama, apreleme, kasarlama ve benzeri işlem yapan dokuma fabrikaları ile 500 HP üzeri motor gücü kullanan konfeksiyon fabrikaları
- Sentetik elyaf iplik ve halı fabrikaları
- 100 HP üzeri motor gücü kullanan suni deri kürk ve muşamba imal yerleri
- 500 HP üzeri motor gücü kullanan işlenmiş deriden eşya imal yerleri
- Ham deri işleme tesisleri

Birinci Sınıf Gayrisihhi Müesseseler için istenen belgeler aşağıdadır:

- Yer seçimi ve tesis kurma için gerekli belgeler;
 - Başvuru formu,
 - Sanayi bölgeleri, organize sanayi bölgeleri ve endüstri bölgeleri içindekiler hariç işletmenin kurulacağı yeri gösteren plan örneği,
 - İlgili inceleme kurulu tarafından hazırlanacak yer seçimi ve tesis kurma raporu,
 - Çevre kirlenmesini önlemek amacıyla alınacak tedbirlere ait kirleticilerin nitelik ve niceliğine göre hazırlanmış proje ve açıklama raporları,
 - Şehir şebeke suyu bulunmayan yerlerde içme ve kullanma suyunun hangi kaynaktan sağlandığı ile suyun bakteriyolojik ve kimyasal analiz raporu.
- Ruhsat için gerekli belgeler
 - Başvuru formu,
 - Sağlık koruma bandının işaretlendiği vaziyet planı örneği,
 - Yangın ve patlamalar için gerekli önlemlerin alındığına dair itfaiye raporu,

- Sorumlu müdürün adı, soyadı, Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası ve sorumlu müdür sözleşme tarihinin beyanı,
- Çevre izni veya çevre izin ve lisans belgesi,
- Açılma izni raporu.

İkinci Sınıf Gayrisihhi Müesseseler

- 50-500 HP arasında motor gücü kullanan dokuma ve konfeksiyon tesisleri
- Çırçır fabrikaları
- Isıtıcı minder üretim tesisleri
- Yün, kıl, tiftik, kuş tüyü vb. yıkama ve işleme tesisleri
- 50-500 HP arasında motor gücü kullanan işlenmiş deriden eşya imal tesisleri
- 100 HP'den düşük motor gücü kullanan suni deri, kürk ve muşamba imal tesisleri
- Halı ve kilim dokuma ve boyama atölyeleri
- Linteks, hidrofil pamuk üretim tesisleri
- Herhangi bir işlem yapılmayan ham deri depoları
- Düğme, fermuar, şemsiye vb. üretim tesisleri

Üçüncü Sınıf Gayrisihhi Müesseseler

- Şapka ve keçe imal yerleri
- 50 HP'den az motor gücü kullanan dokuma ve konfeksiyon atölyeler ile işlenmiş deriden eşya imal eden yerler
- Bez ve benzeri dokumaya baskı yapılan yerler
- İşlenmiş veya kurutulmuş deri depoları
- Mamul süngerden eşya imal yeri
- Halı, elbise ve çamaşır yıkama ve temizleme yerleri
- Tiftik, hububat, pamuk, yapağı vb. depolar
- Kuru kemik, boynuz, fildişi gibi hayvani malzemenin mekanik usul ve vasıtalarla işlendiği yerler
- Peruk ve suni çiçek yapım yeri
- 50 HP'den az motor gücü kullanan ve işlenmiş deriden eşya imal eden yerler

İkinci ve üçüncü sınıf gayrisihhi müessese açmak isteyenlerin, başvuru formunu doldurarak yetkili idareye ibraz etmeleri gerekmektedir. Yetkili idarelerin, bu müesseseler için yapılacak beyan ve incelemelerde; insan sağlığına zarar verilmemesi, çevre kirliliğine yol açılmaması, yangın, patlama, genel güvenlik, iş güvenliği, işçi sağlığı, trafik ve karayolları,

imar, kat mülkiyeti ve doğanın korunması ile ilgili düzenlemeleri esas alarak ve başvurunun öngörülen kriterlere uygun olarak doldurulduğunu tespit ettikten sonra başka bir işleme gerek kalmaksızın iş yeri açma ve çalışma ruhsatını beş gün içinde düzenleyerek ilgiliye vermesi gerekmektedir. İlgili, bu belgeye dayanarak iş yeri açabilmektedir. Bu belgenin alınmasını müteakip 1 ay içinde, yetkili idare müesseseyi kontrol etmekte; belirtilen kriterlere aykırı beyan ve durumun tespiti hâlinde, iş yerine bir defaya mahsus olmak üzere 15 günlük süre verilmektedir. Verilen süre içinde noksanlık ve aykırılıklar giderilmediği takdirde verilmiş olan ruhsat, yetkili idare tarafından iptal edilerek iş yeri kapatılmakta ve ilgililer hakkında ruhsat vermeye yetkili idareler tarafından ayrıca yasal işlem yapılmaktadır.

10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in 7. maddesi gereğince yetkili idareler tarafından verilen iş yeri açma ve çalışma ruhsatlarının örnekleri aylık olarak sigorta il müdürlüğüne ve ilgili ise ticaret siciline veya esnaf siciline gönderilmektedir.

4.5. SGK ile İlgili İşlemler

Kendi nam ve hesabına bağımsız çalışanların sigortalılık bildirim yükümlülüğü, bağlı bulundukları vergi dairesi, meslek odaları ve diğer kuruluşlara verilmiştir.

Bu kapsamda;

- Gelir vergisi mükellefi olanların, ilgili vergi dairesince,
- Gelir vergisinden muaf olanların, ilgili meslek kuruluşunca,
- Şirket ortaklarının, durumlarına göre işverenleri veya ticaret sicil memurluğunca,

çalışmaya başladıkları ve bu kuruluşlara tescillerinin yapıldığı tarihten on beş gün içinde "sigortalı işe giriş bildirimi" ile sigortalılık bildirimlerinin yapılması gerekmektedir. Sigortalılık bildirimi, bu sigortalıların tescillerini yapan ilgili kuruluşlara verilmiş olduğundan, bu bildirimin yapılamaması veya zamanında yapılmaması durumunda idari para cezası uygulanmaktadır.

Sigorta işlemlerinin daha kolay bir şekilde yapılabilmesi için Türkiye genelinde e-sigorta sistemi kurulmuştur. Bu sistem ile vergi kaydı yaptırıldığında iş yeri bildirgesi, ilgili sosyal güvenlik merkezine elektronik ortamda intikal ettirilmektedir. Ancak tescil edilecek iş yeri için Sosyal Sigorta İşlemleri Yönetmeliği'nin 29. maddesinde belirtilen belgelerle birlikte 7 iş günü içinde ilgili sosyal güvenlik merkezine müracaat edilmesi gerekmektedir.



Bölüm 5

Sektörde Mesleki Eğitim
Süreleri ve Şartları



Nitelikli insan gücü, güçlü ekonomilerin arkasında yatan en önemli etkenlerden biridir. Bilim ve teknoloji alanındaki gelişmeler, nitelikli insan gücüne olan ihtiyacı azaltmak bir yana dursun, günümüz yüksek teknolojisini kullanabilecek insan gücünü istihdam etmeyi zorunlu kılmaktadır. Nitelikli insan gücünün sağlanmasının tek yolu ise ihtiyaca yönelik olarak geliştirilmiş ve bilgi ve teknoloji gelişimini yakından takip ederek bu gelişmeleri eğitimlerine yansıtabilen bir mesleki eğitim sisteminin kurulmasıdır.

Mesleki eğitim, bir mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri, tavır ve meslek alışkanlıklarını kazandırmaaktır. Bu aynı zamanda kişiye sosyal, ekonomik, zihinsel ve duygusal yönlerini geliştirme fırsatı da vermektedir. Mesleki eğitim konusunda ülkeler farklı sistemler kurmuştur. Türkiye’de ise tam zamanlı mesleki eğitim ve çıraklık eğitimi olmak üzere iki model geliştirilmiştir.

5.1. Çıraklık Eğitimi

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu’nun ilgili tanımları içeren 3. maddesinde çırak; “çıraklık sözleşmesi esaslarına göre bir meslek alanında mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve iş alışkanlıklarını iş içerisinde geliştiren kişi” olarak tanımlanmıştır. Aynı Kanun’un 9. maddesinde “aday çıraklık” ile ilgili şartlar tanımlanmaktadır. Buna göre aday çırak olmak için “14 yaşını doldurmuş ve 19 yaşından gün almamış olmak, en az ilköğretim okulu mezun olmak ve bünyesi ile sağlık durumu gireceği mesleğin gerektirdiği işleri yapmaya uygun olmak” şartları aranmaktadır. Ancak ağır, tehlikeli veya özellik arz eden mesleklere alınacak çırakların öğrenim ve yaş durumu ilgili kuruluşların görüşü alınarak Bakanlıkça belirlenmektedir.

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu’nun 14. maddesine göre çıraklığa bir deneme dönemi ile başlanmaktadır. Deneme dönemi mesleğin özelliğine göre 1-3 ay arasında sürebilmektedir. Aday çıraklığın ardından çıraklık dönemi başlamakta ve çıraklık dönemi 2-4 yıl arasında sürebilmektedir. Çıraklık süreleri ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak Millî Eğitim Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. Bu süre çırağın lise ve daha üst düzeyde eğitim veren okullardan mezuniyetine göre kısaltılabilmektedir.

22. Mesleki Eğitim Kurulunda, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu’na göre çıraklık eğitimi uygulamaları kapsamındaki mesleklerin listesi ve gerekli yıllar aşağıda listelenmiştir:

Tablo 27. Çıraklık Kapsamındaki Meslekler ve Çıraklık için Gerekli Süreler

Alan ve Dal İsimleri	İlköğretim Mezunlarının Çıraklık Süresi (Yıl)	En Az Orta Öğretim Kurumu Mezunlar İçin Çıraklık Süresi (Yıl)	Ustalık Eğitim Süresi (Yıl)
AYAKKABI VE SARACİYE TEKNOLOJİSİ			
Ayakkabı Modelistliği	3	1,5	2
Ayakkabı Üretimi	3	1,5	2
Saraciye Üretimi	2	1	2
Saraciye Modelistliği	2	1	2
ELSANATLARI TEKNOLOJİSİ			
Dekoratif Ev Tekstili	3	1,5	2
Dekoratif El Sanatları	3	1,5	2
El Dokumacılığı	3	1,5	2

Alan ve Dal İsimleri	İlköğretim Mezunlarının Çıraklık Süresi (Yıl)	En Az Orta Öğretim Kurumu Mezunları İçin Çıraklık Süresi (Yıl)	Ustalık Eğitim Süresi (Yıl)
El ve Makine Nakışçılığı	3	1,5	2
Halı Desinatörlüğü	3	1,5	2
Sanayi Nakışçılığı	3	1,5	2
GIYİM ÜRETİM TEKNOLOJİSİ			
Çocuk Giyim Modelistliği	3	1,5	
Deri Giyim	3	1,5	
Erkek Giyim Modelistliği	3	1,5	
Erkek Terziliği	3	1,5	
Hazır Giyim Model Makinecililiği	3	1,5	
İç Giyim Modelistliği	3	1,5	
Kadın Giyim Modelistliği	3	1,5	
Kadın Terziliği	3	1,5	
Kesim	3	1,5	
Konfeksiyon Makineleri Bakım Onarım	3	1,5	
PAZARLAMA VE PERAKENDE			
Ayakkabı, Deri ve Yan Ürünleri Satış Elemanlığı	2	1	2
Giyim ve Giyim Aksesuarları Satış Elemanlığı	2	1	2
TEKSTİL TEKNOLOJİSİ			
Endüstriyel Dokuma	3	1,5	2
Endüstriyel Örne	3	1,5	2
İplik	3	1,5	2
Tekstil Laborantlığı	3	1,5	2
Terbiye Teknolojileri	3	1,5	2

5.2. Mesleki ve Teknik Eğitim

Bu sektördeki mesleklere yönelik eğitim programlarına bakıldığında, içeriğin yeterliliği ve uygulamaya verilen önem konularında bazı eleştiriler alınıyor olsa da, gerek örgün eğitim veren mesleki ve teknik liselerde, gerekse yaygın eğitim veren mesleki eğitim merkezleri ve diğer başka bazı kurumlar (belediyeler, meslek odaları, vb.) tarafından bu mesleklere yönelik eğitim imkânlarının sağlandığı görülmektedir. Mesleki ve teknik eğitim liselerinde birer alan olarak kendine özgü program ve dersleri bulunan “ayakkabı ve saraciye teknolojisi”, “giyim üretim teknolojisi” ve “tekstil teknolojisi” alanları bulunmaktadır. Mesleki eğitim merkezleri de “ayakkabı ve saraciye teknolojisi”, “giyim üretim teknolojisi” ve “tekstil teknolojisi” alanlarındaki programlarını hem kalfalık hem de ustalık dönemleri düzeylerinde hazırlamış durumdadır.

Mesleki ve teknik liselerdeki ayakkabı, giyim ve tekstil alanlarının içeriği oldukça kapsamlıdır. Diğer alanlardaki öğrencilerle ortak olarak alınan derslerin yanı sıra, alana özel pek çok uzmanlık dersi bulunmaktadır. Bunlar arasında özellikle tasarım ve teknolojinin kullanımına önem veren derslerin ağırlıklı olduğu göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra öğrencilerin uluslararası faaliyetlerde kullanmak ve sektörleriyle ilgili dünyadaki gelişmeleri daha ya-

kından takip edebilmelerini sağlamak amacıyla her bir alana özgü mesleki İngilizce dersleri de verilmektedir. Başka bir ifadeyle öğrencilerin yalnızca İngilizce öğrenmeleri değil, kendi mesleklerinin özel terminolojisini ve teknik ifadelerini de öğrenmeleri hedeflenmektedir.⁹⁴

Örgün eğitimin yanı sıra yaygın eğitim kapsamında açılacak kurslarda zengin ve kapsamlı bir içeriğin geliştirilmesi, ayrı mesleki eğitim program ve kurslarında bir standart yakalanması amacıyla Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü tarafından programlar hazırlanmıştır. Mesleki ve Teknik Eğitim Programlarında olduğu gibi, bu programların da ders içerikleri ve derslerde kullanılabilecek öğretim materyalleri internet üzerinden yaygın olarak kullanıma açılmıştır.⁹⁵ Bu tür mesleki eğitim programlarında verilen dersler sayı ve içerik olarak mesleki ve teknik liseler kadar kapsamlı olmasa da, mesleklerle ilgili en temel bilgi ve uygulama pratiklerinin kazandırılmasını hedefleyerek tasarlanmıştır.⁹⁶

Tablo 28. Ayakkabı ve Saraciye Sektöründe Mesleki ve Teknik Liseler ile Mesleki Eğitim Merkezleri Öğretim Programları

Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Liseler Alan Programları		Hayat Boyu Öğrenme GM ⁹⁷ Mesleki Eğitim Merkezleri
- Saya Üretim Teknikleri - Model ve İstampa - Montaj Teknikler - Şablon Çıkarma - Bilgisayarlı Ayakkabı Modelleme - Ayakkabı Temel Tasarımı - Bilgisayar Destekli Kesim - Mesleki Yabancı Dil - Temel Tasarım - Ayakkabı Malzeme Testleri - Tüketici Hakları	- Bakım ve Ayar - Saya Teknolojisi - Saraciye Tasarımı - Bilgisayarlı Saraciye Kalıp - Saraciye Model Üretimi - Temel Saraciye Üretim Teknikleri - Üretim Planlaması - Deri Kalite Kontrolü - Deri Teknolojisi - Ürün Alımı - Ürün Satışı - Proje Geliştirme	- Bilgisayarlı Ayakkabı Modelleme - Ayakkabı Temel Tasarım - Ayakkabı Malzeme Testleri - Bilgisayar Destekli Kesim - Bilgisayarlı Saraciye Modelleme - Saraciye İleri Üretim Teknikleri

⁹⁴ Millî Eğitim Bakanlığı, Mesleki ve Teknik Eğitim Programları ve Öğretim Materyalleri internet sayfası <http://www.megep.meb.gov.tr/?page=ogretimProgramlari>

⁹⁵ Millî Eğitim Bakanlığı, Hayat Boyu Öğretim Programları, Mesleki Eğitim Merkezleri Öğretim Programları internet sayfası https://hbogm.meb.gov.tr/mem/meslek_dersleri_ustalik.html

⁹⁶ <http://www.megep.meb.gov.tr/?page=ogretimProgramlari> ve https://hbogm.meb.gov.tr/mem/meslek_dersleri_ustalik.html

⁹⁷ 02.12.2016 tarihli ve 6764 Sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname gereği aday çırak, çırak, kalfa ve ustaların genel ve mesleki eğitimlerinin sağlanması Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü görevleri arasında yer almaktadır.

Tablo 29. Tekstil Teknolojisinde Mesleki ve Teknik Liseler ile Mesleki Eğitim Merkezleri Öğretim Programları

Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Liseler Alan Programları		Hayat Boyu Öğrenme GM ⁹⁸ Mesleki Eğitim Merkezleri
- Teknik Resim - Mesleki Yabancı Dil - Pamuk İplik Üretimi / Hesapları / Kontrolleri - Pamuk İplik Makine Ayarları - Yün İplik Üretimi / Hesapları / Kontrolleri - Yün İplik Makine Ayarları - İplik Üretiminde Kalite Yönetimi - Fantezi İplik Üretimi / Hesapları / Makine Ayarları ve Desen	- Örme Giyim Aksesuarları - Yapay Lif ve Filament İplik Üretimi - Dokuma Kumaş Analizi - Numune Kumaş Dokuma - Havali Kumaş Örgüleri ve Analizi - Dokusuz Yüzeylere Hazırlık - Doku Oluşturma - Bağlama Sonrası İşlemler - Tafting Yüzeyler - Düz Örmede Analiz - Boyama Kimyası / Teknikleri / Teknolojisi - Yuvarlak Örmede Analiz ve Desen	- İplik Ham Madde ve Yarı Mamul Testleri - Dokuma Hazırlık ve Dokuma Makineleri - Örgü Analizi ve Desen Programları - Terbiyede Endüstriyel Uygulamalar - Analitik Test Laboratuvarı

Tablo 30. Giyim Üretim Teknolojisinde Mesleki ve Teknik Liseler ile Mesleki Eğitim Merkezleri Öğretim Programları

Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Liseler Alan Programları		Hayat Boyu Öğrenme GM ⁹⁹ Mesleki Eğitim Merkezleri
- Kalıp Hazırlama Teknikleri - Tekstil Teknolojisi - Giysi Teknik Çizimleri - Kalite Kontrol - Kadın Giysi Kalıpları - Kadın Giysi Üretimi - Drapaj - Erkek Giysi Kalıpları - Erkek Giysi Üretimi - Çocuk Giysi Kalıpları - Prötamik Bakım Onarım - Çocuk Giysi Üretimi	- İç Giyim Kalıpları - İç Giyim Üretimi - Deri Giysi Kalıpları - Deri Giysi Üretimi - Deri Teknolojisi - Deri Kalite Kontrol - Kesim Teknikleri - Pastal Planı Hazırlama - Üretim Organizasyonu - Depolama - Model Geliştirme - Giyim Aksesuarları - Mekanik Bakım Onarım - Mesleki Yabancı Dil	- Erkek / Kadın / Çocuk Giyim Üretim Organizasyonu - Erkek / Kadın / Çocuk Giyim Model Geliştirme - İç Giyim Modelistliği - Hazır Giyim Model Makineciliği - Kadın Terziliği / Drapaj - Erkek Terziliği - Kesim ve Depolama - Konfeksiyon Makineleri Bakım

5.3. Kalfalık

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu ilgili tanımları içeren 3. maddesinde kalfa; “bir mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve iş alışkanlıklarını kazanmış ve bu meslekle ilgili iş ve işlemleri ustanın gözetimi altında kabul edilebilir standartlarda yapabilen kişi” şeklinde tanımlanmıştır. Diğer bir ifadeyle kalfa, mesleğiyle ilgili bilgi ve becerileri kazanmış olmakla birlikte,

⁹⁸ 02.12.2016 tarihli ve 6764 Sayılı Milli Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname gereği aday çırak, çırak, kalfa ve ustaların genel ve mesleki eğitimlerinin sağlanması Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü görevleri arasında yer almaktadır.

⁹⁹ 02.12.2016 tarihli ve 6764 Sayılı Milli Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname gereği aday çırak, çırak, kalfa ve ustaların genel ve mesleki eğitimlerinin sağlanması Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü görevleri arasında yer almaktadır.

mesleğin gerekliliklerini yerine getirirken bir ustanın gözetim ve ilgisine hâlen ihtiyaç duyan kişi olarak tanımlanmaktadır.

Aynı Kanun'un 17. maddesi kalfalık unvanı ile çalışmayı "kalfalık belgesi" sahibi olma şartına bağlamıştır. Kalfalık belgesi mesleki (çıraklık) eğitim merkezleri tarafından verilmektedir. Bu belgeyi almak isteyen kişiler bu merkezlere başvuruda bulunarak, kanun ve yönetmeliklere göre kendi durumları göz önünde bulundurularak işlemlerden geçer ve gerekiyorsa sınava tabi tutularak bu belgeyi almaya hak kazanırlar.

Bir meslekte kalfalık belgesi verilebilmesi, çalışılan mesleğin 3308 sayılı Kanunu'nun uygulama kapsamında olmasına bağlıdır. Bu meslekler yukarıda çıraklık bahsinde sıralanmıştır. Kanun kapsamında olmayan meslek dallarında mesleki eğitim merkezleri, kalfalık ve ustalık belgesi vermemekte, bu belgeler ilgili meslek odalarınca verilmektedir.

Kanun kapsamındaki herhangi bir meslek dalında, 2-3 yıl mesleki eğitim merkezlerinde eğitim görerek mezun olanlar kalfalık sınavlarına alınır. Mesleğin kanun kapsamına yeni alındığı tarihte bir iş yerinde çalışıp 18 yaşını doldurmuş olanlar doğrudan; 16 yaşını doldurmuş olanlar ise intibak eğitimine katılarak kalfalık sınavlarına alınır.¹⁰⁰ Öte yandan Kanun'un uygulamaya konulduğu süreçten itibaren farklı şartlara sahip olan kişilerin geçiş döneminde mağdur olmamaları için bazı esneklikler de geliştirilmiştir. Örneğin;¹⁰¹

- Esnaf ve Sanatkarlar Odasından daha önceden kalfalık belgesi almış olanların belgeleri gerekli inceleme neticesinde 3308 sayılı Kanun'a göre verilecek olan kalfalık belgesi ile değiştirilmekte;
- 19.06.1986 tarihinden önce "Çıraklık Okulu Diploması" almış olanlara doğrudan kalfalık belgesi verilmekte;
- Yurt dışından alınmış olan kalfalık belgeleri yine gerekli incelemeler neticesinde 3308 sayılı Kanun'a göre verilen kalfalık belgeleri ile değiştirilmekte;
- Millî Eğitim Bakanlığının açmış olduğu mesleki kursları tamamlayıp arta kalan süreyi mesleklerinde çalışarak dolduranlar kalfalık sınavlarına alınmakta ve başarılı olanlara kalfalık belgesi verilmekte;
- 14 yaşından gün almış olup da mesleki eğitim merkezlerinde eğitim almak isteyenler, öğrenci olarak kayıt yaptırarak meslek ve öğrenim durumu özelliklerine göre 1-3 yıl öğrenim gördükten sonra kalfalık sınavlarına girmekte ve başarılı olanlara kalfalık belgesi verilmekte;
- Çıraklık eğitiminde ara sınıflardan ayrılanlar, ayrıldıkları tarihten itibaren kalan sürenin iki katı kadar, meslekleri ile ilgili bir işte çalıştıklarını ve bu süreyi sosyal güvenlik kuruluşlarından belgelendirmeleri durumunda kalfalık sınavına alınmakta ve başarılı olanlara kalfalık belgesi verilmektedir.

¹⁰⁰ http://nevmem.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/50/01/277708/icerikler/kalfalik-belgesi-nicin-gerekli-dir_72302.html

¹⁰¹ http://unyemesem.meb.k12.tr/tema/icerikler/kalfalik-belgesi-alma-sartlari_55123.html

Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü¹⁰² tarafından hazırlanan ve mesleki eğitim merkezlerinde kalfalık dönemlerinde farklı meslek alanlarına öğretimde kullanılan dersler aşağıdaki tablolarda sıralanmıştır.¹⁰³

Tablo 31. Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri

Meslek Alt Dalı	Dersler
Alan Ortak Dersleri	Mesleki Gelişim
	Teknik Resim
	Temel Üretim
Ayakkabı Modelistliği Dal Dersleri	Model ve İstampa
	Şablon Çıkarma
Ayakkabı Üretimi Dal Dersleri	Saya Üretim Teknikleri
	Montaj Teknikleri
Saraciye Modelistliği Dal Dersleri	Temel Saraciye Tasarımı
	Saraciyede Model
Saraciye Üretimi Dal Dersleri	Saraciye Temel Üretim
	Saraciye Üretim Teknikleri

Tablo 32. El Sanatları Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri

Meslek Alt Dalı	Dersler
Alan Ortak Dersleri	Mesleki Gelişim
	Temel Sanat Eğitimi
	Temel Teknikler
El Dokumacılığı Dal Dersleri	Tekstil Lifleri ve Boyama Teknikleri
	Mekikli Dokumalar
	Kirkitli Dokumalar
	Yöresel Bez Dokumalar
Halı Desinatörlüğü Dal Dersleri	Tekstil Lifleri ve Boyama Teknikleri
	Motif Çizim Teknikleri
	Halı Desenleri
	Yöresel Halı Dokumalar
Dekoratif El Sanatları Dal Dersleri	Anadolu Kültürü
	Bitkisel Örücülük
	Ev Aksesuarları
	Keçecilik
	Bebek
	Giyim Aksesuarları
	Örücülük
El ve Makine Nakışçılığı Dal Dersleri	Oyalar
	El Nakışları
	Makine Nakışları
	Türk Nakışları
	Nakış Tasarımları

¹⁰² 02.12.2016 tarihli ve 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname gereği aday çırak, çırak, kalfa ve ustaların genel ve mesleki eğitimlerinin sağlanması Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü görevleri arasında yer almaktadır.

¹⁰³ https://hbgm.meb.gov.tr/mem/meslek_dersleri_kalfalik.html

Meslek Alt Dalı	Dersler
Sanayi Nakışçılığı Dal Dersleri	Lazer Kesim ve Aplike
	Nakış Tasarımları
	Sanayi Nakışları
	Brode
	Sanayi Makinesinde Türk Nakışları
Dekoratif Ev Tekstili Dal Dersleri	Ev Tekstili
	Temel Dikim Teknikleri
	Tekstil Teknolojisi
	Kırkyama Teknikleri

Tablo 33. Giyim Üretim Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri

Meslek Alt Dalı	Dersler
Alan Ortak Dersleri	Mesleki Gelişim
	Uygulama Teknikleri
	Kalıp Hazırlama Teknikleri
	Giysi Teknik Çizimleri
	Tekstil Teknolojisi
Kadın Giyim Modelistliği Dal Dersleri	Kadın Giysi Kalıpları
	Kadın Giysi Üretimi
Erkek Giyim Modelistliği Dal Dersleri	Erkek Giysi Kalıpları
	Erkek Giysi Üretimi
Çocuk Giyim Modelistliği Dal Dersleri	Çocuk Giysi Kalıpları
	Çocuk Giysi Üretimi
İç Giyim Modelistliği Dal Dersleri	İç Giyim Kalıpları
	İç Giyim Üretimi
Hazır Giyim Model Makineciliği Dal Dersleri	Üretim Teknikleri
	Kalıp Hazırlama
Deri Giyim Modelistliği Dal Dersleri	Deri Giysi Kalıpları
	Deri Giysi Üretimi
	Deri Teknolojisi
Kadın Terziliği Dal Dersleri	Kadın Giysi Dikimi
	Giysi Kalıpları
Erkek Terziliği Dal Dersleri	Erkek Giysi Dikimi
	Giysi Kalıpları
Kesim Dal Dersleri	Kesim Teknikleri
	Pastal Planı Hazırlama
Konfeksiyon Makineleri Bakım ve Onarım Dal Dersleri	Mekanik Bakım Onarım
	Elektrik-Elektronik Temel Uygulamaları
	Pnömatik Bakım-Onarım

Tablo 34. Tekstil Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri

Meslek Alt Dalı	Dersler
Alan Ortak Dersleri	Mesleki Gelişim
	Tekstil Lifleri
	Tekstil Teknolojisi
İplik Dal Dersleri (Kısa / Uzun Elyaf)	İplik Hazırlıkta Üretim
	İplik Hazırlık Üretim Hesapları
	İplik Üretim
	İplikte Farklı Üretim Metotları
Endüstriyel Örmek Dal Dersleri (Düz Örmek / Yuvarlak Örmek)	Örmek Kumaş Analizi
	Örmek Makine
	Örmek Meslek Hesapları
	Örgü Analizi ve Desen Programlama
Terbiye Teknolojileri Dal Dersleri (Boyacı / Baskıcı / Apreli)	Örmede Kalite Kontrol
	Tekstil Kimyası
	Temel Sanat Eğitimi
	Terbiye Teknikleri
Tekstil Laborantılığı Dal Dersleri	Tekstil Kimyası
	Laboratuvar Kimyası
	Tekstilde Kontrol
	Tekstilde Kalite
	Genel Test Laboratuvarı

5.4. Yükseköğretim

Ön lisans ve lisans düzeylerinde de bu sektördeki mesleklere yönelik çok sayıda program yer almaktadır. Bu programlardan bazıları oldukça geniş bir kavramsal arka plana ve uygulama alanına sahipken (örneğin Deri Mühendisliği, Moda Tasarımı, Tekstil Teknolojisi, vb.), bazıları ise oldukça spesifik alanlarda uzmanlaşma amaçlamaktadır (örneğin Geleneksel Tekstillerin Konversiyonu ve Restorasyonu; Çiçek, Örgü, Dokuma Öğretmenliği; Halı, Kilim ve Eski Kumaş Desenleri, vb.).

Hâlihazırda ÖSYM'nin uyguladığı merkezî sınavlar (Lisans Yerleştirme Sınavı, Dikey Geçiş Sınavı) vasıtasıyla ya da teknik ve mesleki liselerden sınavsız bir şekilde devam etmek üzere, öğrencilerin tercihlerine açık olan lisans ve ön lisans programları aşağıda derlenmiştir.

Tablo 35. Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörüne Yönelik Lisans ve Ön Lisans Programları

Sektör	Program Adı	Türü	Bulunduğu Üniversiteler
Deri	Deri Mühendisliği	Lisans	Ege Üniversitesi
	Deri Konfeksiyon	Ön Lisans	Celal Bayar Üniversitesi İstanbul Üniversitesi Abant İzzet Baysal Üniversitesi
	Deri Teknolojisi	Ön Lisans	İstanbul Üniversitesi Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Sektör	Program Adı	Türü	Bulunduğu Üniversiteler
Giyim-Tekstil	Moda Tasarımı (Tekstil ve Moda Tasarımı)	Ön Lisans, Lisans	İstanbul Ticaret Üniversitesi İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi Gazi Üniversitesi Gedik Üniversitesi Anadolu Üniversitesi Çukurova Üniversitesi Gaziantep Üniversitesi Çankırı Karatekin (Lisans) Üniversitesi Giresun Üniversitesi (Ön Lisans)
	Moda Yönetimi	Ön Lisans	Sinop Üniversitesi Faruk Saraç Tasarım Meslek Yüksek Okulu
	Tekstil Teknolojisi	Ön Lisans	Balıkesir Üniversitesi Beykent Üniversitesi Uludağ Üniversitesi Dokuz Eylül Üniversitesi Necmettin Erbakan Üniversitesi Çukurova Üniversitesi Ege Üniversitesi Bingöl Üniversitesi Erciyes Üniversitesi Cumhuriyet Üniversitesi Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Adnan Menderes Üniversitesi Namık Kemal Üniversitesi Kırklareli Üniversitesi Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Yalova Üniversitesi Uludağ Üniversitesi Süleyman Demirel Üniversitesi Gaziantep Üniversitesi Kocaeli Üniversitesi Sütçü İmam Üniversitesi İnönü Üniversitesi Dicle Üniversitesi Pamukkale Üniversitesi Uşak Üniversitesi Sakarya Üniversitesi Trakya Üniversitesi ...
	Halı, Kilim ve Eski Kumaş Desenleri	Lisans	Dokuz Eylül Üniversitesi Süleyman Demirel Üniversitesi Akdeniz Üniversitesi
	Çiçek, Örgü, Dokuma Öğretmenliği	Lisans	Selçuk Üniversitesi

Sektör	Program Adı	Türü	Bulunduğu Üniversiteler
	Giyim Üretim Teknolojisi	Ön Lisans	Mimar Sinan Üniversitesi Işık Üniversitesi Marmara Üniversitesi Pamukkale Üniversitesi Ege Üniversitesi Gazi Üniversitesi Bozok Üniversitesi Namık Kemal Üniversitesi Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Selçuk Üniversitesi Atatürk Üniversitesi Gaziantep Üniversitesi Sinop Üniversitesi Amasya Üniversitesi Kırklareli Üniversitesi Trakya Üniversitesi
	Geleneksel Tekstillerin Konversiyonu ve Restorasyonu	Ön Lisans	Aksaray Üniversitesi
	Halıcılık ve Kilimcilik	Ön Lisans	Gaziantep Üniversitesi Cumhuriyet Üniversitesi Bingöl Üniversitesi
Ayakkabı	Ayakkabı Tasarım ve Üretimi	Ön Lisans	İstanbul Aydın Üniversitesi İstanbul Üniversitesi Selçuk Üniversitesi Abant İzzet Baysal Üniversitesi Gaziantep Üniversitesi

Kaynak: ÖSYM Tercih Kılavuzu 2016

5.5. Mesleki Eğitim Kursları

Mesleki eğitim kursları, İŞKUR tarafından iş gücü piyasasının ihtiyaç duyduğu tüm mesleklerde işsizlerin niteliklerini geliştirerek istihdam edilebilirliklerini artırmak amacıyla yapılan meslek edindirme ve geliştirme kurslarıdır. Bu kurslara katılmak için aranan şartlar aşağıda yer almaktadır:

- Kuruma (İŞKUR) kayıtlı işsiz olmak,
- 15 yaşını tamamlamış olmak,
- Yetiştirilecekleri mesleğe uygun özelliklere sahip olmak,
- İşverenin aradığı özel şartları taşımak,
- İş ve meslek danışmanlığı hizmetlerinden faydalanmış olmak,
- Emekli olmamak.

5.6. Belediye Meslek Edindirme Kursları

Yukarıda sıralanan mesleki ve teknik eğitim kanallarına ek olarak pek çok belediye bünyesinde beceri ve meslek edindirme kursları düzenlenmektedir. BELMEK olarak da adlandırılan bu kurslar genelde kadınlara yönelik olarak organize edilmekte ve herhangi bir meslek sahibi olmayan ev kadınlarının, ekonomik getiri elde edebilecekleri becerileri edinerek aile bütçesine katkıda bulunma arzularına yönelik olarak talep görmektedir. Bu nedenlerden dolayı BELMEK’lerde verilen mesleki eğitim standartları, Millî Eğitim Bakanlığı ve İŞ-KUR kurslarından daha düşük olabilmekte; katılımcıların profili ve beklentileri doğrultusunda esneklik de gösterebilmektedir. Öte yandan, bu kurslar ekonomiye katılımı olmayan bir demografik gruba önce beceri ve bilgi kazandırarak insan kaynağını geliştirmek; ardından da onları ekonomiye katkı sağlama yönünde aktif hâle geçirmek bakımından oldukça önemli bir potansiyel işleve sahiptir.

5.7. Değerlendirme: Mesleki ve Teknik Eğitimde Şartların İyileştirilmesi ve Koordinasyon İhtiyacı

Gerek deri, giyim ve ayakkabı sektörü açısından, gerekse sağlıklı bir ekonomiye sahip olma hedefi doğrultusunda nitelikli insan kaynağı hayati bir önem taşımaktadır. Bu bölümde sektörde aktif şekilde insan kaynağının geliştirilmesi ve nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi için tasarlanan ve uygulanan mesleki ve teknik eğitim programları ele alınmıştır. Buradaki bilgiler ışığında söylenebilecek ilk şey, proje kapsamında yapılan araştırmada sıklıkla dile getirildiği gibi çeşitli sorunlar ve eksikler bulunmakla birlikte, mesleki ve teknik eğitim konularına son yıllarda büyük bir önem verildiği ve eğitim şartlarının hızla geliştirilmekte olduğudur. Bu gelişmenin ilerleyen dönemlerde de hızlanarak sürdürülmesi hedefine yönelik aşağıdaki değerlendirmeler göz önünde bulundurulmalıdır:

- Mesleki ve teknik eğitimin içeriğini ve fiziksel koşullarını geliştirmek, şüphesiz ki son derece önemlidir. Ancak, bu bağlamda yapılan çalışmaların daha verimli sonuçlar üretebilmesi için mesleki ve teknik eğitim almayı tercih eden öğrencilerin de sayılarının ve niteliklerinin yükseltilmesi gereklidir. Unutulmamalıdır ki dünyanın en iyi “usta öğreticilerinin” ve en yetkin öğretmenlerinin, dünyanın en gelişmiş laboratuvar ve sınıflarında, en güncel yöntemleri kullansalar dahi öğretebilecekleri şey, öğrencilerinin nitelik, kapasite ve motivasyonlarıyla sınırlıdır. Bu bağlamda şu önlemlerin alınması faydalı olabilecektir:
- Mesleki ve teknik eğitimi genel eğitim sistemi içerisine daha iyi bir şekilde entegre etmek, diğer eğitim kurumlarıyla mesleki okullar arasındaki geçişleri kolaylaştırmak;
- mesleki eğitim veren kurumların nitelikli öğrenciler tarafından tanınırlığını ve bilinirliğini artırmak;
- bu tür kurumlarda eğitim alan öğrencilerin kendi mesleklerinde nitelikli işler bulması konusunda desteklenmesi yoluyla, bu okulların cazibesini artırmak;
- çeşitli burs ve teşvik mekanizmaları ile daha nitelikli öğrencilerin mesleki eğitime yönelmesini desteklemek;

- Mesleki ve teknik eğitimi iş süreçlerinin içine daha etkin şekilde yerleştirmek suretiyle teori ile uygulamanın harmanlanmasının sağlanması gerekmektedir. Son yıllarda teorik eğitimi desteklemek üzere uygulamaların artırılması yolunda adımlar atılmakta ise de, iş yeri stajları ya da okullardaki laboratuvarlardaki uygulama saatlerinin artırılmasının bu alanda yeterli olamadığı sıklıkla ifade edilmektedir. Bu bağlamda, öğrencilerin eğitimlerini aldıkları mesleklerde gerçek üretime katkıda bulunmaları hem kendileri için en uygun alanı seçmeleri konusunda faydalı olacak, hem de ekonomiye katkıda bulunacaktır. Bu katkının bir kısmının öğrencilere yansıtılması, yukarıda ifade edilen mesleki eğitimin cazibesinin artırılması hususunda da faydalı olabilecektir. Ayrıca, bu okullardan mezun olan her bir öğrencinin belli bir mesleki tecrübeyi ve mesleki ilişkiyi kazanmış şekilde iş hayatına atılması sağlanacaktır.
- Millî Eğitim Bakanlığının, üniversitelerin, meslek odalarının, İŞKUR'un ve belediyelerin çeşitli kurslarla mesleki eğitim sağlamaları, bir yönüyle bu kursların sayılarının arttığı ve insanların bunlara erişiminin kolaylaştığı söylenebilir. Bu olumlu durumun daha fazla fayda doğurabilmesi içinse etkin biçimde koordine edilmesi gerekli görülmektedir. Verilen eğitimlerin içeriği, eğitimi verenlerin yetkinliği, eğitim verilen ortamın fiziksel uygunluğu, öğrencilerinin yetkinliklerinin ölçülmesi ve öğrencilerin mesleki olarak yönlendirilmesi başta olmak üzere pek çok konu dikkatli şekilde denetlenmelidir. Ayrıca bu eğitimleri alanların, mümkün olduğu ölçüde, eğitim sonrasında da takip edilmesi ve kazandıkları nitelik ve becerilere göre bu nitelik ve becerilere ihtiyaç duyan işverenlerle temasa geçirilmeleri konularında desteklenmeleri çok faydalı olacaktır. Ekonomideki makro trendler, ihtiyaç ve eğilimler göz önünde bulundurularak mesleki ve teknik eğitime bir bütün olarak yaklaşılması, gerekli planlama ve yatırımların da buna göre yapılması kısa vadede zor ve zahmetli bir uğraş olsa da, orta ve uzun vadede büyük yarar getirecek bir yatırım olarak görülmelidir.



Bölüm 6

Sektörle İlgili Belgelendirme
ve Sertifikasyon Süreçleri



Sektördeki bazı meslekler 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu ile kapsam içi meslek olarak belirlenmiş olup bu mesleklere ilişkin çıraklık, kalfalık ve ustalık belgeleri Millî Eğitim Bakanlığına bağlı çıraklık eğitim merkezleri tarafından verilmektedir. Sayılan belgelere ilişkin süreçler “Sektörde Mesleki Eğitim Süreleri ve Şartları” başlıklı bölümde detaylı olarak incelenmiştir. Diğer taraftan, 14.01.2008 tarihli Çıraklık Eğitimi Uygulaması Yapılmayan Meslek Dallarında Mesleki Belgelerin Verilmesine İlişkin Yönetmelik’in 6. maddesinde, odalar tarafından verilecek belgeler; TESK Kalfalık Belgesi, TESK Ustalık Belgesi ve Esnaflık Belgesi olarak belirlenmiştir.

6.1. TESK Ustalık Belgesi

5362 sayılı Kanun’a tabi bir iş yeri sahibi olan ve/veya bu iş yerinde fiilen usta olarak çalışanlardan, Konfederasyonca belirlenecek süreler içinde başvuruda bulunanlara doğrudan, TESK kalfalık belgesi veya Bakanlıkça kabul edilmiş başka bir meslek kuruluşunca verilmiş kalfalık belgesi sahibi olup mesleği ile ilgili işlerde en az beş yıl süreyle çalışmış olduğunu belgelendirenlerden odaca düzenlenecek ustalık sınavında başarılı olanlara sınav sonucunda; mesleki ve teknik orta öğretim kurumlarından veya bu kurumların dengi yurt dışı kurumlardan mezun olanlara odaca düzenlenecek ustalık sınavında başarılı olmaları hâlinde, TESK Ustalık Belgesi verilmektedir.

Ustalık Belgesi, mesleki (çıraklık) eğitim merkezleri tarafından verilmektedir. Bir meslekte ustalık belgesi verilebilmesi için kişinin çalıştığı mesleğin o ilde 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu’nun uygulama kapsamında olması gerekmektedir. Kanun kapsamında olmayan meslek dallarında kalfalık ve ustalık belgesi verme yetkisi, ilgili meslek odalarındadır. Ancak meslek lisesi mezunu olarak doğrudan ustalık belgesi almak için başvuruda bulunanlar, Türkiye’de herhangi bir ilde bu mesleğin kanun kapsamında olması hâlinde ustalık belgesi alabilir veya ustalık sınavlarına girebilirler. Kalfalık belgesini aldıktan sonra 3308 sayılı Kanun’un 28/b maddesi gereğince ustalık eğitimine katılanlar, ustalık eğitimi çalışma süresi kadar çalıştıktan sonra ustalık sınavına katılabilmektedirler.

En az 3 yıllık bir mesleki teknik eğitim veren lise ve dengi okullardan 1985-1986 öğretim yılından sonra mezun olanlar, ustalık sınavlarına doğrudan katılabilmektedirler. Bu yıllar öncesinde mezun olanlar ise ustalık belgesini doğrudan alabilmektedirler.

Aşağıdaki tabloda deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde yer alıp 3308 sayılı Kanun kapsamında bulunan meslekler yer almaktadır.

Tablo 36. 3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanunu Kapsamındaki Meslekler

AYAKKABI VE SARACİYE TEKNOLOJİSİ	Ayakkabı Modelistliği
	Ayakkabı Üretimi
	Saraciye Üretimi
	Saraciye Modelistliği
ELSANATLARI TEKNOLOJİSİ	Dekoratif Ev Tekstili
	Dekoratif El Sanatları
	El Dokumacılığı
	El ve Makine Nakışçılığı
	Halı Desinatörlüğü
	Sanayi Nakışçılığı

GİYİM ÜRETİM TEKNOLOJİSİ	Çocuk Giyim Modelistliği
	Deri Giyim
	Erkek Giyim Modelistliği
	Erkek Terziliği
	Hazır Giyim Model Makineciliği
	İç Giyim Modelistliği
	Kadın Giyim Modelistliği
	Kadın Terziliği
	Kesim
	Konfeksiyon Makineleri Bakım Onarım
PAZARLAMA VE PERAKENDE	Ayakkabı, Deri ve Yan Ürünleri Satış Elemanlığı
	Giyim ve Giyim Aksesuarları Satış Elemanlığı
TEKSTİL TEKNOLOJİSİ	Endüstriyel Dokuma
	Endüstriyel Örne
	İplik
	Tekstil Laborantılığı
	Terbiye Teknolojileri

6.2. TESK Kalfalık Belgesi

TESK Kalfalık Belgesi, esnaf ve sanatkârlar odaları tarafından iş yeri sahibi olmayan kalifiye elemanlara, 14.01.2008 tarih ve 26756 sayılı Çıraklık Eğitimi Uygulaması Yapılmayan Meslek Dallarında Mesleki Belgelerin Verilmesine İlişkin Yönetmelik uyarınca verilmektedir.

En az ilköğretim mezunu, on altı yaşını doldurmuş ve mesleğinde en az iki yıl çalışmış olduğunu belgelendiren kişilere, Odaca düzenlenecek kalfalık sınavında başarılı olmaları hâlinde TESK Kalfalık Belgesi verilmektedir.

Sınavlar yılda iki defadan az olmamak üzere, ilgili oda tarafından yazılı ve uygulamalı olarak iki aşamalı yapılmaktadır.

Kalfalık Belgesi sınavına girebilmek için sınav harcının ödenmesi gerekmektedir. Sınav harcı kalkınmada öncelikli illere göre farklılık göstermektedir. 2016 için sınav harcı ücretleri aşağıda yer almaktadır:

Kalkınmada I. Derecede Öncelikli İller	: 200.000 TL
Kalkınmada II. Derecede Öncelikli İller	: 300.000 TL
Diğer İller	: 500.000.-TL.

Bu harçlar sadece kalfalık belgesi için değil, ustalık ve esnaflık belgeleri için de geçerlidir.

6.3. TESK Esnaflık Belgesi

Esnaflık ve sanatkârlık mesleklerini ayırma komisyonunca belirlenen ustalık becerisi gerektirmeyen mesleklerde, 3308 sayılı Kanun gereğince mesleğinde ustalık belgesi almak isteyenlerde aranan asgari yaş ve öğrenim şartını taşıyanlardan ve 14.01.2008 tarihli Çıraklık Eğitimi Uygulaması Yapılmayan Meslek Dallarında Mesleki Belgelerin Verilmesine İlişkin Yönetmelik'in yürürlüğe girdiği tarihte 5362 sayılı Kanun'a tabi bir iş yeri sahibi olan

ve/veya bu iş yerinde çalışanlardan Konfederasyonca belirlenecek süreler içinde başvuruda bulunanlara doğrudan; adı geçen Yönetmelik'in yürürlüğe girdiği tarihten sonra mesleğe girenlerden mesleği ile ilgili işlerde en az iki yıl süreyle çalışmış olduğunu belgelendirenlere odalarca düzenlenecek sınavlarda başarılı olmaları hâlinde Esnaflık Belgesi verilmektedir.

6.4. Mesleki Yeterlilik Belgesi

Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK), meslek standartlarını temel alarak, teknik ve mesleki alanlarda ulusal yeterliliklerin esaslarını belirlemek; denetim, ölçme ve değerlendirme, belgelendirme ve sertifikalandırmaya ilişkin faaliyetleri yürütmek üzere kurulmuştur. Mesleki Yeterlilik Belgesi, MYK'nın mesleki sınav ve belgelendirme amaçlı yetkilendirdiği kurum ve kuruluşların meslek sahiplerinin; Ulusal Meslek Standartlarında ve Ulusal Yeterliliklerde belirtilen bilgi, beceri ve yetkinliklerinin, değişik sınav yöntemleri ile test edilip değerlendirilmesi sonucunda başarılı olmaları hâlinde düzenlenen belgedir.

Sınav ve belgelendirme süreci, belirlenen ulusal yeterliliklerde akredite olmuş ve MYK tarafından yetkilendirilmiş kurum/kuruluşlarca yürütülmektedir. Belgelendirme için gerekli tüm işlemler MYK'nın gözetim ve denetimi altında, ilgili yeterlilikte yetkilendirilmiş belgelendirme kuruluşu tarafından yürütülmektedir. Yetkilendirilmiş kuruluşun yapacağı ölçme ve değerlendirme sonucunda, belgelendirilmesi uygun olan kişilere MYK Yönetim Kurulunun onayı ile MYK Mesleki Yeterlilik Belgeleri verilmektedir.

Mesleki Yeterlilik Belgesi almak için gereken şartlar ise her meslek için geliştirilen ulusal yeterliliklerle belirlenmektedir. Buna göre MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi almak isteyen adaylar, ilgili yeterlilikte yetkilendirilmiş personel belgelendirme kuruluşlarından birine başvururlar. Bu konuda yürütülen işlemlerin detayları MYK tarafından çıkarılan Mesleki Yeterlilik, Sınav ve Belgelendirme Yönetmeliği ile belirlenmiştir.

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'na göre ustalık belgesi almış olanlar ile Millî Eğitim Bakanlığına bağlı mesleki ve teknik eğitim okullarından ve üniversitelerin mesleki ve teknik eğitim veren okul ve bölümlerinden mezun olup, diplomalarında veya ustalık belgelerinde belirtilen bölüm, alan ve dallarda çalıştırılanlar için MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi şartı aranmamaktadır.

Mesleki Yeterlilik Kurumu Mesleki Yeterlilik Belgesi Zorunluluğu Getirilen Mesleklere İlişkin Tebliğler 25.05.2015 tarihli ve 29366 sayılı Resmî Gazete ile 24.03.2016 tarihli ve 29663 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda söz konusu tebliğlerin ekinde belirtilen 48 meslekte MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi zorunlu hâle getirilmiştir. Deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde ulusal yeterlilikler hazırlanmış olmasına rağmen Mesleki Yeterlilik Belgesi sahip olunması zorunluluğu henüz getirilmemiştir.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Deri ve Deri Ürünleri Mesleki Belgelendirme Merkezi tarafından Ulusal Yeterlilikler ve Mesleki Yeterlilik Belgesi verilen meslekler aşağıda listelenmiştir:

- Deri Ayakçı
- Deri Bitim İşlemleri Sorumlusu

- Kesimci
- Deri Kuru İşlenti Sorumlusu
- Deri Model Makineci
- Deri Yaş İşlenti Sorumlusu
- Kesimci (Ayakkabı)
- Kesimci (Deri / Kürk)

Tekstil Sertifikasyon Merkezi tarafından Mesleki Yeterlilik Belgesi verilen meslekler aşağıda listelenmiştir:

- Ön İplik Operatörü (Seviye 3)
- Ön İplik Operatörü (Seviye 4)
- İplik Operatörü (Seviye 4)
- İplik Eğirme Operatörü (Seviye 2)
- İplik Bitim İşleri Operatörü (Seviye 2)
- Ön Terbiye Operatörü (Seviye 3)
- Ön Terbiye Operatörü (Seviye 4)
- Boyama Operatörü (Seviye 3)
- Boyama Operatörü (Seviye 4)
- Bitim İşleri Operatörü (Seviye 3)
- Bitim İşleri Operatörü (Seviye 4)

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Hazır Giyim Sertifikasyon Merkezi tarafından Mesleki Yeterlilik Belgesi verilen meslekler aşağıda listelenmiştir:

- Modelist
- Erkek Giyim Modelisti
- Kadın Giyim Modelisti
- İç Giyim Modelisti
- Çocuk Giyim Modelisti
- Kompleci (Dokuma Hazır Giyim)
- Kompleci (Yuvarlak Örme Hazır Giyim)
- Model Makineci (Dokuma Hazır Giyim)
- Model Makineci Yuvarlak Örme Hazır Giyim)

Bursa Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Voc-Tec Belgelendirme İktisadi İşletmesi tarafından Mesleki Yeterlilik Belgesi verilen meslekler aşağıda listelenmiştir:

- Armürlü Dokuma Kumaş Desen Hazırlama Elemanı (Seviye 3)
- Armürlü Dokuma Kumaş Desinatörü (Seviye 4)
- Armürlü Dokuma Kumaş Desinatörü (Seviye 5)
- Jakarlı Dokuma Kumaş Desen Hazırlama Elemanı (Seviye 3)
- Jakarlı Dokuma Kumaş Desinatörü (Seviye 4)
- Jakarlı Dokuma Kumaş Desinatörü (Seviye 5)

6.5. CE Belgesi

Avrupa Birliği direktifleri kapsamında birçok ürünün sağlık, güvenlik, emniyet konularında Avrupa Birliği Direktif ve Standartlarına uygunluğunun sağlanması ve bu sayede ürünün serbest dolaşımının mümkün hâle gelmesi amaçlanmıştır. CE İşareti; AB'nin, teknik mevzuat uyumunun sağlanması için 1985 yılında benimsediği Yeni Yaklaşım Direktifleri ve Yönetmelikleri kapsamında yer alan ürünlerle ilgili olup ürünlerin AB'nin ilgili direktiflerindeki temel gereklere uygun olduğunu ve gerekli işlemlerden geçtiğini gösteren işarettir. Dış ticaretimiz açısından, bu işareti taşıması gerektiği hâlde taşımayan ürünün AB üyesi ülkelere ihracatı mümkün değildir. İç pazarımız açısından ise, mevzuat uyumu tamamlanmış ve zorunlu uygulamaya girmiş ürün yönetmelikleri kapsamına giren ürünlerden, CE İşareti taşıması gerektiği hâlde taşımayan ürünlerin ülkemiz piyasasına arz edilmesi de mümkün bulunmamaktadır.



Bölüm 7

Sektörü İlgilendiren Mevzuat



7.1. Tüm Esnaf ve Sanatkârı İlgilendiren Mevzuat

7.1.1. 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu

Bu Kanun, esnaf ve sanatkârlar odaları ile bu odaların üst kuruluşu olan birlik, federasyon ve Konfederasyonun çalışma usul ve esaslarını düzenlemektir. Bu kapsamda söz konusu Kanun ile, esnaf ve sanatkârlar ile bunların yanlarında çalışanların mesleki ve teknik ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlerine uygun olarak gelişmelerini ve mesleki eğitimlerini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleriyle ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak, meslek disiplini ve ahlâkını korumak ve bu maksatla kurulan tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğindeki esnaf ve sanatkârlar odaları ile bu odaların üst kuruluşu olan birlik, federasyon ve Konfederasyonun çalışma usul ve esaslarını düzenlemek amaçlanmıştır.

Kanun'un birinci kısmı; amaç, kapsam ve tanımlara ayrılmıştır. Bu tanımlar arasındaki en önemli bölüm esnaf ve sanatkârın tanımıdır. Kanun'da esnaf ve sanatkâr aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır:

Esnaf ve sanatkâr: İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseleridir.

Bu Kanun'a dayanarak kurulan Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu, 13.06.2007 tarih ve 26551 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Tebliğ ile esnaf ve sanatkâr meslek kollarını belirlemiştir.

Kanun'un ikinci kısmı esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşları ile ilgili hususlara yer vermektedir. İkinci kısım 6. Madde, odalara kayıt ile ilgili hususları düzenlemektedir. Buna göre, esnaf ve sanatkâr önce sicil kaydını, ardından oda kaydını yaptırmalıdır. Sicil'de ilgili oda belirlenmekte ve kayıtlar ilgili odaya elektronik ortamda aktarılmaktadır. Bu noktada, esnaf ve sanatkâr önce varsa ihtisas odasına, ihtisas odası yoksa karma odaya yönlendirilmektedir.

Kanun'un 7. maddesi ise üyelik şartlarını belirlemektedir. İlgili maddeye göre, esnaf ve sanatkâr odalarına kayıt yaptırabilmek için, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak veya yabancı devlet tabiyetinde bulunmakla beraber Türkiye'de sanat ve ticaret yapıyor olmak, medeni hakları kullanma ehliyetine sahip olmak, vergi mükellefi olmak ya da vergiden muaf olmak ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıtlı olmamak gerekmektedir.

Kanun'un 62. maddesi, fiyat tarifelerinin nasıl belirleneceğine dair usul ve esasları belirlemektedir. İlgili maddeye göre tarifeler, odalar tarafından hazırlanmakta; birlik tarafından onaylanmakta veya reddedilmektedir. Bu aşamadan sonra onaylanmış fiyat tarifesi, belediyeye, mülki amirliğe ve ilgili odaya 7 gün içinde bildirilmek zorundadır.

Kanun'un dördüncü kısmı, esnaf ve sanatkâr sicil işlemleri ile ilgili hususları içermektedir. 67. maddeye göre, birlik bünyesinde kurulan sicil müdürlükleri esnaf ve sanatkâr sicilini tutmaktadır. Sicil müdürlüklerini denetleme yetkisi Gümrük ve Ticaret Bakanlığına aittir.

Kanun'un 68. maddesine göre esnaf ve sanatkâr, çalışmaya başladıktan sonra 30 gün içinde durumunu sicile tescil ve Sicil Gazetesi'nde ilan ettirmekle yükümlüdür. Buradaki en önemli konu, kayıt sırasında 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nda öngörülen Ustalık Belgesi veya muadili belgeler istenmemesidir. Kayıt sırasında esnaf ve sanatkâr, kendisinin vergi mükellefi ya da vergiden muaf olduğunu belgelemek durumundadır.

Esnaf ve sanatkâr sicile kayıt olduktan sonra, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerini aşıya bile, kendisi istemedikçe ticaret siciline kayıt yaptırmaya zorlanamamaktadır. Buradaki sınır, esnaf ve sanatkâr alış veya satış tutarları ya da gayri safi iş hasılatının, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerinin altı katı olmasıdır. Bu sınırı aşanların kayıtları sicil marifetiyle ticaret siciline aktarılmaktadır.

7.1.2. 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu

Bu Kanun, çırak, kalfa ve ustaların eğitimi ile okullarda ve işletmelerde yapılacak mesleki eğitime ilişkin esasları düzenlemektedir. Bu kapsamda Kanun, Mesleki Eğitim Kurulu, İl Mesleki Eğitim Kurulu, çıraklık ve kalfalık eğitimi, işletmelerde çıraklık eğitimi, ücret, sosyal güvenlik ve izinler, ustalık, çıraklık geliştirme ve yaygınlaştırma faaliyetlerinin desteklenmesi konularında hükümler içermektedir.

Kanun'un üçüncü bölümü çıraklık, kalfalık ve işletmelerde mesleki eğitim ile ilgili hususları düzenlemektedir. Çıraklık şartları 10. maddede sayılmaktadır. Buna göre çırak olabilmek için;

- 14 yaşını doldurmuş, 19 yaşından gün almamış olmak,
- En az ilköğretim okulu mezunu olmak,
- Bünyesi ve sağlık durumu gireceği mesleğin gerektirdiği işleri yapmaya uygun olmak

gerekmektedir.

Çıraklık yaşı ile ilgili Kanun, 19 yaşından gün almış olanlardan daha önce çıraklık eğitiminden geçmemiş olanların, yaşlarına ve eğitim seviyelerine uygun olarak düzenlenecek mesleki eğitim programlarına göre çıraklık eğitimine alınabileceğini belirtmektedir. Ağır, tehlikeli veya özellik arz eden mesleklere alınacak çırakların öğrenim ve yaş durumunun ilgili kuruluşların görüşü alınarak Bakanlıkça belirleneceği ifade edilmektedir. Çıraklar öğrenci statüsünde olup çalışan işçi sayılmamaktadır. Çırakların çalıştırılabilmesi için Kanun'un 13. maddesine göre velisi veya vasisi veya reşit ise kendisi ile sözleşme yapılması gerekmektedir. Çıraklıkla ilgili deneme süresi "aday çıraklık" olarak ifade edilmiştir. Bu deneme süresi, mesleğin özelliğine göre bir aydan az, üç aydan fazla olmamaktadır. Aday çıraklığın ardından çıraklık dönemi başlamakta ve çıraklık dönemi 2-4 yıl arasında sürebilmektedir. Çıraklık süreleri ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak Millî Eğitim

Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. Bu süre çırağın lise ve daha üst düzeyde eğitim veren okullardan mezuniyetine göre kısaltılabilmektedir.

Kanun'un 15. maddesine göre bir iş yerinde çırak çalıştırabilmek için, o iş yerinde usta öğretici bulunması şarttır.

Çıraklık dönemini, kalfalık dönemi takip etmektedir. Kalfalığa bir sınav ile geçiş yapılmakta ve çırak, kabul edilebilir mazeretleri dışında çıraklık eğitimi süresi sonunda açılacak ilk kalfalık sınavına girmek zorundadırlar (Madde 16). Bu sınavı geçenler Kalfalık Belgesi almaya hak kazanmaktadır.

İşletmeler için çıraklıkla ilgili bazı sorumluluklar bulunmaktadır. İşletme 10 ve daha fazla personel çalıştırıyorsa, çalıştırdığı personel sayısının %5'inden az olmamak üzere mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumu öğrencilerine, beceri eğitim yaptırmak zorundadır. 10'dan az personel çalıştırıyorsa, kendi isteği doğrultusunda mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumları öğrencilerine beceri eğitimi yaptırabilmektedir.

Mesleki eğitim şartlarına sahip işletmeler, mesleki eğitime katılma payı ödemekle yükümlüdür. Katılım payı, işletmenin çalıştırdığı personel sayısına göre değişmektedir. Kanun'un 24. maddesine göre 10 ve daha fazla personel çalıştıran işletmeler, beceri eğitimi yaptırması gereken her öğrenci için, eğitim süresi boyunca her ay, 18 yaşını bitirenlere ödenen asgari ücretin net tutarının 1/3'ü nispetinde; 20 ve daha fazla personel çalıştırılması hâlinde 2/3'ü nispetinde Saymanlık hesabına para yatırmakla yükümlüdür. Bakanlık öğrenci göndermediği takdirde, işletmeler katılım payı ödememektedir.

Kanun'un esnaf ve sanatkâr açısından önemli bir hususu, dördüncü kısımda ele alınan ustalık ile ilgili usul ve esaslardır. Kanun'un 27. maddesine göre, kalfalık yeterliliğini kazananlara Bakanlık tarafından ustalık eğitimi kursları düzenlenmektedir. Ancak bu kurslara katılabilmek için mesleklere göre farklılık arz eden belirli sürelerin geçmesi ve ustalık belgesi alınabilmesi için bu kursların başarılı bir şekilde tamamlanmış olması gerekmektedir (Madde 28). Meslek lisesi mezunları isterlerse kurslara katılabilmekte, isterlerse doğrudan ustalık sınavına girebilmektedirler.

Ustalık belgesi olanlar veya bu kişileri çalıştıranlar bağımsız iş yeri açabilmektedir. Bu belgelerin iş yerlerine açılması da kanunen zorunludur. Teknik lise mezunları veya mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumlarının 4 yıllık eğitim programlarından mezun olanlara 30. madde gereği bağımsız İşyeri Açma Belgesi verilmektedir.

7.1.3. 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

Bu Kanun, perakende işletmelerin açılış ve faaliyete geçiş işlemlerinin kolaylaştırılmasını, perakende ticaretin serbest piyasa ortamında etkin ve sürdürülebilir rekabet şartlarına göre yapılmasını, tüketicinin korunmasını, perakende işletmelerin dengeli bir şekilde büyüme ve gelişmesinin sağlanmasını ve perakende işletmelerin faaliyetleri ile bunların birbirleri, üretici ve tedarikçilerle ilişkilerinin düzenlenmesini içermektedir.

İlgili Kanun'un esnaf ve sanatkâr açısından en önemli maddelerinden ilki, 12. madde ile şartları belirlenen yer ve raf tahsisine ile ilgilidir. İlgili madde, alışveriş merkezlerinde, esnaf ve

sanatkâr işletmecilerine rayiç bedel üzerinden kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az %5'i oranında yer ayrılması zorunluluğunu hükme bağlamıştır. Bu yerler; esnaf ve sanatkâr işletmecilerinden yeteri kadar talep olmaması veya boşalan yerlerin duyuru tarihinden itibaren 20 gün içinde doldurulamaması hâlinde, diğer talep sahiplerine de kiralanabilmektedir. Aynı maddenin ikinci fıkrasında alışveriş merkezlerinde; geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az %0,3'ü oranında yer ayrılması gerektiği hükme bağlanmıştır. Bu yerlerin kira bedeli, rayiçbedelinin dörtte birinden fazla olamamaktadır.

Kanun'un 13. maddesi çalışma saatleri ile ilgilidir. Maddeye göre esnaf ve sanatkâr işletmelerinin çalışma saatlerinin belirlenmesinde, meslek kuruluşunca ilgili esnaf ve sanatkâr odasının görüşünün alınması gerekmektedir.

Kanun'daki bir diğer konu, 14. maddede yer alan tedarik ve dağıtım kooperatifleri ile ilgilidir. İlgili maddeye göre kooperatif ortaklarının en az iki yıl kesintisiz olarak 5362 sayılı Kanun'a tabi odalara kayıtlı olması zorunludur.

Kanun'un 5. maddesi, esnaf ve sanatkâr için en önemli rekabet konularından biri olan alışveriş merkezi açılması ile ilgilidir. İlgili maddeye göre, alışveriş merkezi projesi için yapı ruhsatı verilirken, üst meslek kuruluşlarının görüşü alınmalı, bu kuruluşlar görüşlerini 15 iş günü içinde bildirmelidir.

7.1.4. 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu

Bu Kanun, sosyal sigortalar ile genel sağlık sigortası bakımından kişileri güvence altına almayı; bu sigortalardan yararlanacak kişileri ve sağlanacak hakları, bu haklardan yararlanma şartları ile finansman ve karşılanma yöntemlerini belirlemeyi; sosyal sigortaların ve genel sağlık sigortasının işleyişi ile ilgili usul ve esasları düzenlemektedir. Bu kapsamda Kanun; sosyal sigortalılara, iş yerleri ve işverenlere ilişkin hükümleri, kısa-uzun vadeli ve isteğe bağlı sigorta hükümlerini, genel sağlık sigortası hükümlerini, sigorta kapsamında sağlanan sağlık hizmeti ve diğer hakları, primlerin ödenmesi ile primlerin belgelendirilmesi ve kayıtlarına ilişkin hükümleri ve tüm bu konulara ilişkin ceza hükümlerini içermektedir.

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu, genel bir kanundur ve tüm çalışanları bağlamaktadır. Bu kapsamda tüm esnaf ve sanatkâr iş yerinde çalışanlar, sigortalı sayılmaktadırlar (Madde 4).

Kanun'un 7. maddesi sigortalılığın başlangıcı ile ilgilidir. İş yerinde personel çalıştıran tüm esnaf ve sanatkâr, Kanun'un 8. maddesi gereğince, aynı Kanun'un 4. maddesinin birinci fıkrası (a) bendi kapsamında sigortalı sayılan kişileri fiilen çalışmaya başladıkları tarihten önce, sigortalı işe giriş bildirgesi ile Sosyal Güvenlik Kurumuna bildirmekle yükümlüdür.

Tüm esnaf ve sanatkârlar (vergiden muaf olanlar ve basit usulde vergilemeye tabi olanlar dâhil) Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun 4'üncü maddesi birinci fıkrası (b) bendi 1 ve 2'nci alt bentleri gereğince, eskiden BAĞ-KUR olarak bilindiği şekliyle sigortalı sayılmaktadırlar. Esnaf ve sanatkârların sigortalılık bildirimleri; gerçek ve basit usulde vergiye tabi olanlarda kayıt yapılan vergi dairesince, vergiden muaf olanlarda ise ka-

yıt ve tescili yapan Esnaf ve Sanatkâr Sicil Müdürlüğü tarafından sigortalı işe giriş bildirgesi düzenlenerek Sosyal Güvenlik Kurumuna yapılmaktadır.

Kanun'un 5. maddesi (b) fıkrası, Mesleki Eğitim Kanunu'nda belirtilen aday çırak, çırak ve işletmelerde mesleki eğitim gören öğrencilerin sigortalılığı ile ilgilidir.

Madde 5: 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nda belirtilen aday çırak, çırak ve işletmelerde mesleki eğitim gören öğrenciler hakkında iş kazası ve meslek hastalığı ile hastalık sigortası; meslek liselerinde okumakta iken veya yüksek öğrenimleri sırasında staja tabi tutulan öğrenciler, kamu kurum ve kuruluşları tarafından desteklenen projelerde görevli bursiyerler ile 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu'nun 46. maddesine tabi olarak kısmi zamanlı çalıştırılan öğrencilerden aylık prime esas kazanç tutarı; 82. maddeye göre belirlenen günlük prime esas kazanç alt sınırının otuz katından fazla olmayanlar hakkında ise iş kazası ve meslek hastalığı sigortası uygulanır. Bu bentte sayılanlar, 4. maddenin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında sigortalı sayılırlar ve bunlardan bakmakla yükümlü olunan kişi durumunda olmayanlar hakkında, ayrıca genel sağlık sigortası hükümleri uygulanır.

Kısaca aday çırak, çırak ve işletmelerde mesleki eğitim gören öğrenciler hakkında iş kazası ve meslek hastalığı ile hastalık sigortası, meslek liselerinde okumakta iken veya yüksek öğrenimleri sırasında zorunlu staja tabi tutulan öğrenciler hakkında ise iş kazası ve meslek hastalığı sigortası hükümleri uygulanmaktadır.

Kanun'un 25. maddesi, aday çırak, çırak ve işletmelerde mesleki eğitim gören öğrencilerin ücret ve sosyal güvenlikleri ile ilgili hususları düzenlemektedir. Buna göre, işletmelerde mesleki eğitimi gören örgün eğitim öğrencilerine, asgari ücretin net tutarının yirmi ve üzerinde personel çalıştıran iş yerlerinde yüzde 30'undan; yirmiden az personel çalıştıran iş yerlerinde yüzde 15'inden, aday çırak ve çırağa yaşına uygun asgari ücretin yüzde 30'undan aşağı ücret ödenmemektedir. Bu maddedeki önemli husus ücretlerin vergiden muaf olmasıdır.

Kanun'un 87. maddesi ise prim ödeme yükümlülüklerini içermektedir. Buna göre, bu kişilerin sigorta primlerini Millî Eğitim Bakanlığı veya bu öğrencilerin eğitim gördükleri okullar; yüksek öğrenim sırasında zorunlu staja tabi tutulan öğrenciler için ise, öğrenim gördükleri yüksek öğretim kurumları ödemekle yükümlüdür.

Esnaf ve sanatkâr, yanında işçi çalıştıracığı zaman iş yeri bildirgesini, Kanun'un 11. maddesi gereği SGK'ya göndermekle yükümlüdür. Konu ile ilgili detaylar 12.05.2010 tarihli Sosyal Sigorta İşlemleri Yönetmeliği'nde bulunmaktadır.

7.1.5. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun

Bu Kanun, kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı, tüketiciyi aydınlatıcı ve bilinçlendirici önlemleri almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirme ve bu konulardaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektedir. Bu kapsamda Kanun, ayıplı mal ve hizmetleri, tüketici sözleşmeleri ile ilgili esasları, ticari reklam ve haksız ticari uygulamaları, denetim ve cezai sorumlulukları düzenlemektedir.

Kanun'un 3. maddesinde tüketici, "ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket edenler" olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki esnaf ve sanatkârlardan ticari ve mesleki olmayan amaçlarla mal ve hizmet alanlar tüketici olduğundan, Kanun'un tüm hükümleri (sözleşmeler, ayıp mal ve hizmetler, taksitli satış, fiyat etiketi, garanti belgesi vb. konular) esnaf ve sanatkâr için de bağlayıcıdır.

Kanun'un 66. maddesinde, tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalardan doğabilecek uyuşmazlıklara çözüm bulmak amacıyla il merkezlerinde ve yeterlilik şartları yönetmelikle belirlenen ilçe merkezlerinde en az bir tüketici hakem heyeti oluşturulacağı ifade edilmektedir. Bu uyuşmazlıklarda satıcının esnaf ve sanatkâr olması durumunda, illerde esnaf ve sanatkârlar odaları birliğinin; ilçelerde ise en fazla üyeye sahip esnaf ve sanatkârlar odasının görevlendireceği bir üye bulunmak zorundadır.

Kanun'un 63. maddesi ise içinde Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonunun görevlendireceği bir üyenin de bulunduğu Reklam Kurulu ile ilgilidir. Reklam Kurulu, ticari reklamlarda uyulması gereken ilkeleri belirleme ve haksız ticari uygulamalara karşı tüketiciyi korumaya yönelik düzenlemeleri yapma, bu hususlar çerçevesinde inceleme ve gerektiğinde denetim yapma, inceleme ve denetim sonucuna göre durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası veya gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası verme hususlarında görevlidir.

7.1.6. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu

Bu Kanun, bir ticari işletmeyi ilgilendiren bütün işlem ve filleri düzenlemektedir. Bu kapsamda Kanun, ticari işletme ve tacirler, ticaret sicili, ticaret unvanları ve işletme adları, haksız rekabet, ticari defterler, cari hesap, acentelik, şirket türleri ve bunların işleyişi konularında hükümler içermektedir.

Kanun'da, esnaf ve sanatkârı ilgilendiren konulardan ilki esnaf tanımıdır. Kanun, 5362 sayılı Kanun'da kullanılan esnaf tanımının çok benzerini 15. maddede yapmaktadır. Kanun'da esnaf "ister gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasına dayanan ve geliri 11. maddenin ikinci fıkrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu maddede gelirin sınırını belirlemek için aynı Kanun'un 11. maddesine, 11. maddede de bir Bakanlar Kurulu Kararına (21.07.2007 tarihli 26859 sayılı Resmî Gazete), ilgili Bakanlar Kurulu da 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 177. maddesine referans vermektedir. İlgili maddede yer alan sınırlar Maliye Bakanlığı tarafından her yıl yeniden belirlenmektedir.

Kanun'un 56. maddesinde ayrıca haksız rekabet koşulları durumunda esnaf ve sanatkâr odaları tarafından dava açılabilirliği ifade edilmektedir.

7.1.7. 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu

Bu Kanun, ticaret ve sanayi odaları, ticaret odaları, sanayi odaları, deniz ticaret odaları, ticaret borsaları ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin kuruluş ve işleyişine ilişkin esasları düzenlemektedir.

Söz konusu Kanun'un 102. maddesinde 2015 yılında yapılan değişiklikle odaya kayıt sırasında, ticaret siciline kayıtlı olanlardan ustalık belgesi veya muadili belgelerin istenmeyeceği hükmüne yer verilmiştir.

7.1.8. 4857 sayılı İş Kanunu

Bu Kanun, işverenler ile iş sözleşmesine dayanarak çalıştırılan işçilerin çalışma şartları ve çalışma ortamına ilişkin hak ve sorumluluklarını düzenlemektir. Bu kapsamda Kanun, iş sözleşmelerini, sözleşme feshini, işten çıkarmaları, ücretlendirme ve ücret hesaplama yöntemlerini, sigorta primlerini, işin düzenlenmesi hakkındaki hükümleri, iş sağlığı ve güvenliği konularını, çalışma hayatının denetimini ve tüm bu konulara ilişkin ceza hükümlerini içermektedir.

Kanun'un esnaf ve sanatkârı ilgilendiren ilk maddesi 4. maddede yer alan ve kanun hükümlerinin uygulanmayacağı istisnalardır. Burada en fazla 3 kişinin çalıştığı esnaf ve sanatkâr işletmelerinin Kanun kapsamı dışında oluşu ifade edilmektedir. Bu istisna dışında tüm işverenler, yani işçi çalıştıran gerçek veya tüzel kişi yahut tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlar için Kanun'un tüm hükümleri geçerlidir.

7.1.9. 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu

Bu Kanun, gerçek ve tüzel kişilerin bir takvim yılı içinde elde ettikleri kazanç ve iratlarla ilgili hususları düzenlemektedir. Bu kapsamda Kanun, tam ve dar mükellefiyet, esnaf muafı, çiftçi muafı, kazançlardaki ve sermaye iratlarındaki istisnalar, müteferrik istisnalar, indirimleri, gelir unsurları, zirai kazanç, ücretler, serbest meslek kazançları, menkul ve gayrimenkul sermaye iradı, vergi tarhı, gelirin toplanması gibi konularla ilgili usul ve esasları içermektedir.

Kanun'un esnaf ve sanatkâr ile ilgili en önemli maddelerinden ilki, birinci bölümde ele alınan esnaf muafıdır. Vergiden muaf esnaf, Kanun'un 9. maddesinde sıralanmıştır. Buna göre deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinde faaliyet gösteren ve vergiden muaf olan esnaf aşağıda yer almaktadır:

- Motorlu nakil vasıtaları kullanmamak şartı ile gezici olarak veya bir iş yeri açmaksızın perakende ticaret ile iştigal edenler (Giyim eşyalarıyla zati ve süs eşyaları, değeri yüksek olan ev eşyaları ile pazar takibi suretiyle gıda, bakkaliye ve temizlik maddelerini ve sabit iş yerlerinin önünde sergi açmak suretiyle o iş yerlerinde satışı yapılan aynı neviden malları satanlar hariç);
- Bir iş yeri açmaksızın gezici olarak ve doğrudan doğruya müstehlike iş yapan hallaç, kalaycı, lehimci, musluk tamircisi, çilingir, ayakkabı tamircisi, kundura boyacısı, berber, nalbant, fotoğrafçı, odun ve kömür kırıcısı, çamaşır yıkayıcısı ve hamallar gibi küçük sanat erbabı;
- Köylerde gezici olarak her türlü sanat işleri ile uğraşanlar ile aynı yerlerde aynı işleri bir iş yeri açmak suretiyle yapanlardan 47. maddede yazılı şartları haiz bulunanlar (51. madde şümülüne girenler bu muafiyetten faydalanamazlar);

- Evlerde kullanılan dikiş, nakış, mutfak robotu, ütü ve benzeri makine ve aletler hariç olmak üzere, muharrik kuvvet kullanmamak ve dışarıdan işçi almamak şartıyla; oturdukları evlerde imal ettikleri havlu, örtü, çarşaf, çorap, halı, kilim, dokuma mamulleri, kırpıntı deriden üretilen mamuller, örgü, dantel, her nevi nakış işleri ve turistik eşya, hasır, sepet, süpürge, paspas, fırça, yapma çiçek, pul, payet, boncuk işleme, tığ örgü işleri, ip ve organları, tarhana, erişte, mantı gibi ürünleri iş yeri açmaksızın satanlar. Bu ürünlerin, pazar takibi suretiyle satılması ile ticari, zirai veya mesleki faaliyetleri dolayısıyla gelir ve kurumlar vergisi mükellefi olanların düzenledikleri hariç olmak üzere; düzenlenen kermes, festival, panayır ile kamu kurum ve kuruluşlarınca geçici olarak belirlenen yerlerde satılması muafıktan faydalanmaya engel değildir.
- Bu Kanun'un 47. maddesinde yazılı şartları haiz olanlardan kendi ürettikleri ürünleri satanlara münhasır olmak üzere el dokuma işleri, bakır işlemeciliği, çini ve çömlek yapımı, sedef kakma ve ahşap oyma işleri, kaşıkçılık, bastonculuk, semercilik, yazmacılık, yorgancılık, keçecilik, lüle ve oltu taşı işçiliği, çarıkçılık, yemenicilik, oyacılık ve bunlar gibi geleneksel, kültürel, sanatsal değeri olan ve kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında faaliyette bulunanlar;
- Yukarıdaki bentlerde sözü edilen işlere benzerlik gösterdikleri Maliye Bakanlığınca kabul edilen ticaret ve sanat işleri ile iştigal edenler.

Ticari, zirai veya mesleki kazancı dolayısı ile gerçek usulde Gelir Vergisine tabi olanlar ile yukarıda sayılan işleri Gelir ve Kurumlar Vergisi mükelleflerine bağlılık arz edecek şekilde yapanlar esnaf muafılığından faydalanamamaktadır.

Vergiden muaf olanlar dışında tüm esnaf ve sanatkârların faaliyetlerinden elde ettikleri kazanç, ticari kazanç sayılmakta olup gelir vergisine tabidir. Gelir vergisine tabi olan ticaret ve sanat erbabı, kazancın tespit usulü bakımından ikiye ayrılmaktadır:

- Basit usulde gelir vergisine tabi olanlar
- Gerçek usulde gelir vergisine tabi olanlar

Basit usule tabi olmanın genel şartları aşağıda yer almaktadır (47. madde):¹⁰⁴

- Kendi işinde bilfiil çalışmak veya bulunmak (işinde yardımcı işçi ve cıрак kullanmak, seyahat, hastalık, ihtiyarlık, askerlik, tutukluluk ve hükümlülük gibi zaruri ayrılmalar dolayısıyla geçici olarak bilfiil işinin başında bulunmamak bu şartı bozmaz. Ölüm hâlinde iş sahibinin dul eşi veya küçük çocukla namına işe devam olduğu takdirde, bunların bilfiil işin başında bulunup bulunmamalarına bakılmaz);
- İş yeri mülkiyetinin iş sahibine ait olması hâlinde emsal kira bedeli, kiralananmış olması hâlinde yıllık kira bedeli toplamı büyükşehir belediye sınırları içinde 2016 yılı için 6.300 lirayı; diğer yerlerde 2016 takvim yılı için 4.200 lirayı aşmaması (Not: Bu tutarlar her yıl yeniden belirlenmektedir);

¹⁰⁴ Gelir İdaresi Başkanlığı, Basit Usule Tabi Mükellefler İçin Vergi Rehberi, 2016, s.1.

- Ticari, zirai veya mesleki faaliyetler dolayısıyla gerçek usulde Gelir Vergisine tabi olmamak.

Basit usule tabi olmanın özel şartları ise şunlardır (48. madde):¹⁰⁵

- Satın aldıkları malları olduğu gibi veya işledikten sonra satanların yıllık alımları tutarının 2016 yılı için 88.000 lirayı veya yıllık satışları tutarının 2016 yılı için 126.000 lirayı aşmaması;
- Yukarıdaki maddede yazılı olanların dışındaki işlerle uğraşanların bir yıl içinde elde ettikleri gayrisafi iş hasılatının 2016 yılı için 42.000 lirayı aşmaması;
- (a) ve (b) maddelerindeki yazılı işlerin birlikte yapılması hâlinde, yıllık satış tutarı ile iş hasılatı toplamının 2016 yılı için 88.000 lirayı aşmaması.

Basit usulde gelir vergisine tabi olanlar için bazı kolaylıklar bulunmaktadır. Bu kolaylıklar Basit Usule Tabi Mükellefler için Vergi Rehberi'nde aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:¹⁰⁶

- Defter tutulmaz.
- Vergi tevkifatı yapılmaz ve muhtasar beyanname verilmez.
- Geçici vergi ödenmez, buna ilişkin beyanname verilmez ve bildirimde bulunulmaz.
- Basit usulde vergilendirilen mükelleflerin teslim ve hizmetleri katma değer vergisinden istisnadır.
- Ticari kazancın tespitinde, amortismanı tabi iktisadi kıymet alışları ve satışları dikkate alınmaz.
- Alınan ve verilen belgelerin kayıtları mükelleflerin bağlı oldukları meslek odalarındaki bürolarda tutulmaktadır. Ancak, isteyen mükellefler kayıtlarını hiçbir yerden izin almadan kendileri tutabilecekleri gibi, meslek mensuplarına da tutturabilirler.

Kanun'un 46. maddesinde basit usulde vergileme ile ilgili aşağıdaki hususlara yer verilmektedir:

- Basit usulde vergilendirilen mükellefler, faaliyetlerine ilişkin mal alış ve giderleri ile hasılatlarını gösteren belgeleri ayrı ayrı dosyalarda saklamak zorundadırlar. Bu belgelerin kayıtları, mükelleflerin bağlı bulundukları meslek odalarının oluşturdukları bürolarda tutulur.
- Basit usule tabi olmanın şartlarından herhangi birini takvim yılı içinde kaybedenler, ertesi takvim yılı başından itibaren gerçek usulde vergilendirilirler. Basit usulün şartlarını haiz olanlardan, bu usulden yararlanmak istemediklerini yazı ile bildirenler, dilekçelerinde belirttikleri tarihten veya izleyen takvim yılı başından, yeni işe başlayanlar ise işe başlama tarihinden itibaren gerçek usulde vergilendirilirler. Gerçek usulde vergilendirilen mükelleflerden, basit usule tabi olmanın genel şartlarını taşıyanlardan arka arkaya iki hesap döneminin iş hacmi basit usule tabi olmanın

¹⁰⁵ Gelir İdaresi Başkanlığı, Basit Usule Tabi Mükellefler İçin Vergi Rehberi, 2016, s.2.

¹⁰⁶ Gelir İdaresi Başkanlığı, Basit Usule Tabi Mükellefler İçin Vergi Rehberi, 2016, s.1.

özel şartlarında yazılı hadlerden düşük olanlar, yazılı talepleri üzerine bu şartın gerçekleşmesini takip eden takvim yılından başlayarak basit usule geçebilirler.

- Gerçek usulde vergilendirilmekte iken işini terk eden mükellefler ile basit usulün şartlarını kaybedenlerden gerçek usulde vergilendirilmeye başlamadan önce işini terk eden mükellefler, terk tarihini takip eden yılın başından itibaren iki yıl geçmedikçe basit usule dönemezler.

Basit usulün şartlarını haiz olanlardan, bu usulden yararlanmak istemediklerini yazı ile bildirenler dilekçelerinde belirttikleri tarihten veya izleyen takvim yılı başından, yeni işe başlayanlar ise işe başlama tarihinden itibaren gerçek usulde vergilendirileceklerdir.¹⁰⁷

Kanun'un 51. maddesinde "Maliye Bakanlığınca teklif edilen ve Bakanlar Kurulunca kararlaştırılan iş grupları, sektörler, il ve ilçeler, büyükşehir belediyeleri dâhil olmak üzere il ve ilçelerin belediye sınırları (mücavir alanlar dâhil), belediyelerin nüfusları, yöreler itibarıyla veya sabit bir iş yerinde faaliyette bulunup bulunulmadığına göre gerçek usulde vergilendirilmesi gerekli görülenler" in basit usulden yararlanamayacağını hükmü yer almaktadır.

7.1.10. 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu

Bu Kanun, katma değer vergisi kapsamına giren işlemlerle ilgili usul ve esasları açıklamaktadır. Bu kapsam Kanun, vergi konusu teşkil eden işlemler, mükellef ve vergi sorumlusu, vergi doğuran olay, istisnalar, matrah, nispet ve indirimler ve oranlar gibi konularda hükümler içermektedir.

Kanun'un 1. maddesi verginin konusunu teşkil eden işlemler ile ilgilidir. Bu işlemler:

- Ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler,
- Her türlü mal ve hizmet ithalatı,
- Diğer faaliyetlerden doğan teslim ve hizmetler (posta telefon, telgraf ile radyo ve televizyon hizmetleri, profesyonel sanatçıların faaliyetleri vb.)

olarak sıralanmıştır.

Bu işlemler kapsamında gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf ve sanatkârlar Kanun'a tabidir. Buna göre gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf ve sanatkârlar, mal ve hizmet satışlarında katma değer vergisi tahakkuk ettirmek ve tahakkuk ettirdikleri katma değer vergisini yasal defterlerine kaydetmek; mal ve hizmet alımlarında tahakkuk ettirilen katma değer vergisini de yasal defterlerine kaydetmek ve katma değer vergisi beyannamesi vermek zorundadırlar. Bunun için söz konusu esnaf ve sanatkârın katma değer vergisi mükellefiyeti tesis ettirmesi gerekmektedir.

Kanun'un 17. maddesi gereği "Gelir Vergisi Kanunu'na göre vergiden muaf esnaf ile basit usulde vergilendirilen mükellefler tarafından yapılan teslim ve hizmetler", katma değer vergisinden muaf tutulmuştur.

¹⁰⁷ Gelir İdaresi Başkanlığı, Basit Usule Tabi Mükellefler İçin Vergi Rehberi, 2016, s.7.

7.1.11. 213 sayılı Vergi Usul Kanunu

Bu Kanun genel bütçeye giren vergi, resim ve harçlar ile il özel idarelerine ve belediyelere ait vergi, resim ve harçlar hakkında uygulanmaktadır. Bu kapsamda Kanun, yetki, sorumluluk, süreler, vergi alacağının tayini gibi vergilendirme ile ilgili esasları; beyannameye dayanan tarh, ikmalen, resen ve idarece tarh, tahrir dayanan tarh gibi tarh ve tahakkuk usullerini; genel tahrir gibi tahrir usullerini, tebliğ usullerini, vergi alacağının kalkması, yoklama ve inceleme ile ilgili usulleri ve işe başlama gibi hususlarda hükümler içermektedir.

Tüm esnaf ve sanatkârlar, Kanun'da yer alan ödevlerini yerine getirmek zorundadır. Buna göre esnaf ve sanatkârlar işe başladığında, iş veya iş yeri ile ilgili değişiklikler olduğunda ve iş bırakıldığında vergi dairesine bildirimde bulunmak ve defter tutma ödevlerini yerine getirmek zorundadır. Ancak Kanun'un 173. maddesine göre, vergiden muaf esnaf ile 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'na göre kazançları basit usulde tespit edilenlerin defter tutma yükümlülüğü bulunmamaktadır.

Kanun'un üçüncü kısmı vesikalar ile ilgilidir. Buna göre tüm esnaf ve sanatkârlar, bu bölümde belirtilen belgeleri (fatura, perakende satış fişi, gider pusulası, bordro vb.) düzenlemek, ilgili olanlarını müşterilere vermek, bunları belirli süre saklamak ve aldıkları mal ve hizmetler için satıcılardan fatura ve benzeri belgeleri alıp saklamak zorundadırlar.

Kanun'un 257. maddesinde verilen yetkiye dayanarak Maliye Bakanlığı, basit usulde vergiye tabi olanların belge vermedikleri günlük hasılatları için gün sonunda tek bir fatura düzenlemelerine (31.12.2016 tarihine kadar) imkân tanımıştır. Bu imkândan yararlanan esnaf ve sanatkârlar müşterilerinin istemeleri hâlinde fatura veya perakende satış vesikası (dolmuş işletenler hariç) vermek zorundadırlar.

7.1.12. 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

Bu Kanun, ticari iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları belirlemektedir.

Kanun'un 6. maddesinde ticari elektronik iletilerin, ancak alıcıların önceden onayları alınarak gönderilebileceği hükmü bulunmaktadır. Ancak Kanun'da esnaf ve tacir için bir istisna öngörülmüş ve esnaf ve tacire onayları alınmaksızın elektronik ileti gönderilebileceği belirtilmiştir.

7.1.13. 4458 sayılı Gümrük Kanunu

Bu Kanun, Türkiye Gümrük Bölgesine giren ve çıkan eşyaya ve taşıt araçlarına uygulanacak gümrük kurallarını belirlemektir. Bu kapsamda, gümrük mevzuatı çerçevesinde kişilerin hak ve yükümlülüklerini, gümrük vergileri ile eşya ticareti konusunda öngörülen diğer önlemlerin uygulanmasına ilişkin unsurları, taşıtların kontrolü ve gümrük bölgesine getirilen eşyanın gümrükçe onaylanmış bir işlem veya kullanıma tabi tutulana kadar uygulanacak hükümleri, gümrükçe onaylanmış işlem veya kullanımı, özellik gösteren faaliyetleri, sınır ticaretini, diğer gümrük işlemleri ve gümrük yükümlülüklerini içermektedir.

4458 sayılı Gümrük Kanunu, gümrük rejimini düzenleyen genel bir kanundur ve tüccar ile esnaf ayrımı yapmaksızın ihracat ve ithalat yapacak tüm işletmeleri kapsamaktadır.

İthalat ve ihracat işlemleri oldukça karmaşık işlemlerdir. Bu sebeple Kanun, “bilgi alma” müessesesini Kanun’un 8. maddesinde kurmuştur. Buna göre, kişiler gümrük idarelerinden gümrük mevzuatının uygulanması hakkında bilgi talep edebilmektedir. Ayrıca 9. maddeye göre yazılı talep üzerine, Müsteşarlık veya yetkilendirdiği gümrük idaresi tarafından bağlayıcı tarife veya bağlayıcı menşe bilgileri verilmektedir.

Benzer şekilde, gümrük alanında uzmanlaşmış kişi ve işletmelerin kurulması da Kanun’un 5. maddesinde öngörülmüştür. Buna göre bütün kişiler, gümrük mevzuatı ile öngörülen tasarrufları ve işlemleri gerçekleştirmek üzere gümrük idarelerindeki işleri için bir temsilci tayin edebilirler. Gümrük Müsteşarlığı, gümrük bölgesinde ekonomik faaliyette bulunan yerleşik kişilere, şartları taşımaları hâlinde, yetkilendirilmiş yükümlü statüsü de tanımaktadır. Bu yükümlüler, emniyet ve güvenlikle ilgili gümrük kontrollerinden veya gümrük mevzuatının öngördüğü basitleştirilmiş uygulamalardan faydalanabilmektedirler. 10.1.2013 tarihli Gümrük İşlemlerinin Kolaylaştırılması Yönetmeliği, yetkilendirilmiş yükümlü statüsü ile ilgili usul ve esasları belirlemektedir.

7.1.14. 3100 sayılı Katma Değer Vergisi Mükelleflerinin Ödeme Kaydedici Cihazları Kullanmaları Mecburiyeti Hakkında Kanun

Bu Kanun, satışı yapılan malları aynen veya işlendikten sonra satışını yapanlar dışındaki kimselere satan veya aynı kimselere hizmet veren birinci ve ikinci sınıf tüccarların, ödeme kaydedici cihaz kullanmak mecburiyetleri hakkında usul ve esasları düzenlemektedir.

Kanun ile satışı yapılan malları aynen veya işlendikten sonra satışını yapanlar dışındaki kimselere satan veya aynı kimselere hizmet veren birinci ve ikinci sınıf tüccarların, ödeme kaydedici cihaz kullanmaları zorunlu tutulmuştur.

Ödeme kaydedici cihaz modellerinin şartlara uygunluğu hakkında görüşü alınmak üzere kurulan Komisyon da 5. maddede belirtilmiş ve bu Komisyon’a esnaf ve sanatkârları temsil etmek üzere Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonunun bir temsilcisi belirlenmiştir.

7.1.15. 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu

Bu Kanun, iş yerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve mevcut sağlık ve güvenlik şartlarının iyileştirilmesi için işveren ve çalışanların görev, yetki, sorumluluk, hak ve yükümlülüklerini düzenlemektedir. Bu kapsamda Kanun, işverenin genel yükümlülüklerini, risklerden korunma ilkelerini, mesleki risklerin önlenmesi ve bu risklerden korunmaya yönelik olarak işverenin yapması gerekenleri, iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerinin yerine getirilmesi için Bakanlık tarafından verilecek desteklerin şartlarını, iş yeri hekimleri ve iş güvenliği uzmanlarının çalışma ilkeleri ve sorumluluklarını, iş yeri tehlike sınıflarının tespitini, risk

değerlendirmesi, acil durum planları, yangınla mücadele, ilk yardım, tahliye ile ilgili hükümleri, iş kazası ve meslek hastalıklarının kayıt ve bildirimini, çalışanların bilgilendirilmesi ve eğitimini, çalışanların yükümlülüklerini içermektedir.

İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nun 2. maddesi gereğince, bu Kanun; kamu ve özel sektöre ait bütün işlere ve iş yerlerine, bu iş yerlerinin işverenleri ile işveren vekillerine, çıkar ve stajyerler de dâhil olmak üzere tüm çalışanları kapsamaktadır. 2. madde, Kanun'un istisnalarını da içermektedir; bu istisnalardan biri, "çalışan istihdam etmeksizin kendi nam ve hesabına mal ve hizmet üretimi yapanlar"dır.

Kanun'un 4. maddesinde işverinin genel yükümlülükleri tanımlanmıştır. Bu yükümlülükler aşağıda sıralanmıştır:

- Mesleki risklerin önlenmesi, eğitim ve bilgi verilmesi dâhil her türlü tedbirin alınması, organizasyonun yapılması, gerekli araç ve gereçlerin sağlanması, sağlık ve güvenlik tedbirlerinin değişen şartlara uygun hâle getirilmesi ve mevcut durumun iyileştirilmesi için çalışmalar yapar.
- İş yerinde alınan iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerine uyulup uyulmadığını izler, denetler ve uygunsuzlukların giderilmesini sağlar.
- Risk değerlendirmesi yapar veya yaptırır.
- Çalışana görev verirken, çalışanın sağlık ve güvenlik yönünden işe uygunluğunu göz önüne alır.
- Yeterli bilgi ve talimat verilenler dışındaki çalışanların, hayati ve özel tehlike bulunan yerlere girmemesi için gerekli tedbirleri alır.
- İş yeri dışındaki uzman kişi ve kuruluşlardan hizmet alınması, işverenin sorumluluklarını etkilemez.
- İşveren, iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerinin maliyetini çalışanlara yansıtamaz.

Kanun'un 6. maddesinde iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerinin verilebilmesi için işverenin yerine getirmesi gereken görevler sıralanmıştır. Bunlar:

- Çalışanları arasından iş güvenliği uzmanı, iş yeri hekimi ve on ve daha fazla çalışanı olan çok tehlikeli sınıfta yer alan iş yerlerinde diğer sağlık personeli görevlendirir. Çalışanları arasında belirlenen niteliklere sahip personel bulunmaması hâlinde, bu hizmetin tamamını veya bir kısmını ortak sağlık ve güvenlik birimlerinden hizmet alarak yerine getirebilir. Ancak belirlenen niteliklere ve gerekli belgeye sahip olması hâlinde, tehlike sınıfı ve çalışan sayısı dikkate alınarak, bu hizmetin yerine getirilmesini kendisi üstlenebilir. (Belirlenen niteliklere ve gerekli belgeye sahip olmayan ancak 10'dan az çalışanı bulunan ve az tehlikeli sınıfta yer alan iş yeri işverenleri veya işveren vekili tarafından Bakanlıkça ilan edilen eğitimleri tamamlamak şartıyla işe giriş ve periyodik muayeneler ve tetkikler hariç iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerini yürütebilirler.)

- Görevlendirdikleri kişi veya hizmet aldığı kurum ve kuruluşların, görevlerini yerine getirmeleri amacıyla araç, gereç, mekân ve zaman gibi gerekli bütün ihtiyaçlarını karşılar.
- İş yerinde sağlık ve güvenlik hizmetlerini yürütenler arasında iş birliği ve koordinasyonu sağlar.
- Görevlendirdikleri kişi veya hizmet aldığı kurum ve kuruluşlar tarafından iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili mevzuata uygun olan ve yazılı olarak bildirilen tedbirleri yerine getirir.
- Çalışanların sağlık ve güvenliğini etkilediği bilinen veya etkilemesi muhtemel konular hakkında; görevlendirdikleri kişi veya hizmet aldığı kurum ve kuruluşları, başka iş yerlerinden çalışmak üzere kendi iş yerine gelen çalışanları ve bunların işverenlerini bilgilendirir.

Kanun, iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerinin desteklenmesi ile ilgili şartlara da yer vermektedir. Bu şartlar aşağıda yer almaktadır.

- Kamu kurum ve kuruluşları hariç ondan az çalışanı bulunanlardan, çok tehlikeli ve tehlikeli sınıfta yer alan iş yerleri faydalanabilir. Ancak, Bakanlar Kurulu, ondan az çalışanı bulunanlardan az tehlikeli sınıfta yer alan iş yerlerinin de faydalanmasına karar verebilir.
- Giderler, iş kazası ve meslek hastalığı bakımından kısa vadeli sigorta kolları için toplanan primlerden kaynak aktarılacak suretiyle, Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından finanse edilir.
- Uygulamada, Sosyal Güvenlik Kurumu kayıtları esas alınır.
- Bu Kanun ve diğer mevzuat gereğince yapılan kontrol ve denetimlerde; istihdam ettiği kişilerin sigortalılık bildiriminde bulunmadığı tespit edilen işverenlerden, tespit tarihine kadar yapılan ödemeler yasal faizi ile birlikte Sosyal Güvenlik Kurumunca tahsil edilir ve bu durumdaki işverenler, sağlanan destekten üç yıl süreyle faydalanamaz.
- Uygulamaya ilişkin olarak ortaya çıkabilecek tereddütleri gidermeye, uygulamayı yönlendirmeye ve doğabilecek sorunları çözmeye Bakanlık yetkilidir.

Kanun'un 11. maddesine göre, işveren acil durum planları yapmak, yangınla mücadele ve ilk yardım konusunda tedbirler almakla yükümlü kılınmıştır. İlk yardım, acil tıbbi müdahale, kurtarma ve yangınla mücadele konularında, iş yeri dışındaki kuruluşlarla irtibatı sağlayacak gerekli düzenlemelerin yapılması, işverenin sorumluluğundadır.

Kanun'un 15. maddesi göre, işveren, çalışanların iş yerinde maruz kalacakları sağlık ve güvenlik risklerini dikkate alarak çalışanların sağlık gözetimine tabi tutulmalarını sağlamak zorundadır. Ayrıca işveren, çalışanların; işe girişlerinde, iş değişikliğinde, iş kazası, meslek hastalığı veya sağlık nedeniyle tekrarlanan işten uzaklaşmalarından sonra işe dönüşlerinde talep etmeleri hâlinde ve işin devamı süresince, çalışanın ve işin niteliği ile iş yerinin tehlike sınıfına göre Bakanlıkça belirlenen düzenli aralıklarla sağlık muayenelerini yaptırmakla

sorumlu tutulmuştur. Söz konusu maddenin 3. fıkrasında, Kanun kapsamında alınması gereken sağlık raporlarının iş yeri hekiminden alınması gerektiği belirtilmiştir. Ancak fıkra, 10'dan az çalışanı bulunan ve az tehlikeli iş yerleri için sağlık raporlarının kamu hizmet sunucuları veya aile hekimlerinden de alınabileceğini belirtmektedir.

Kanun'un 16. maddesine göre, işveren; iş yerinde karşılaşılabilecek sağlık ve güvenlik riskleri, koruyucu ve önleyici tedbirler, çalışanların kendileri ile ilgili yasal hak ve sorumlulukları ve ilk yardım, olağan dışı durumlar, afetler ve yangınla mücadele ve tahliye işleri konusunda görevlendirilen kişiler hakkında çalışanlarını bilgilendirmek zorundadır.

Kanun'un 17. maddesine göre, işverenin, çalışanların iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerini almasını sağlaması gerekmektedir. Tehlikeli ve çok tehlikeli sınıfta yer alan işleri yapanların mesleki eğitimlerini belgeleme zorunlulukları vardır. Bu işlerde (tehlikeli ve çok tehlikeli sınıftaki işlerde) çalışacaklar, yapacağı işle ilgili mesleki eğitim aldığını belgelemeden bu işlerde çalıştırılmazlar.

Kanun sadece işverene değil, çalışanlara da bazı yükümlülükler tanımlamaktadır. 19. maddede tanımlanan yükümlülüklerden ilki, çalışanın, diğer çalışanların sağlık ve güvenliğini tehlikeye düşürmemesidir. Ayrıca çalışan;

- İş yerindeki makine, cihaz, araç, gereç, tehlikeli madde, taşıma ekipmanı ve diğer üretim araçlarını kurallara uygun şekilde kullanmak, bunların güvenlik donanımlarını doğru olarak kullanmak, keyfi olarak çıkarmamak ve değiştirmemek,
- Kendisine sağlanan kişisel koruyucu donanımı doğru kullanmak ve korumak,
- İş yerindeki makine, cihaz, araç, gereç, tesis ve binalarda sağlık ve güvenlik yönünden ciddi ve yakın bir tehlike ile karşılaştığında ve koruma tedbirlerinde bir eksiklik gördüğünde, işverene veya çalışan temsilcisine derhâl haber vermek,
- Teftişe yetkili makam tarafından iş yerinde tespit edilen noksanlık ve mevzuata aykırılıkların giderilmesi konusunda, işveren ve çalışan temsilcisi ile iş birliği yapmak,
- Kendi görev alanında, iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması için işveren ve çalışan temsilcisi ile iş birliği yapmakla yükümlüdür.

Kanun'un 20. maddesi gereğince işveren, iki ila elli çalışanı bulunan iş yerlerinde, yapılacak seçim veya seçimle belirlenemediği durumda atama yoluyla, bir çalışanı iş sağlığı ve güvenliği konusunda "çalışan temsilcisi" olarak görevlendirmek zorundadır. Çalışan temsilcisi, tehlike kaynağının yok edilmesi veya tehlikeden kaynaklanan riskin azaltılması için, işverene öneride bulunma ve işverenden gerekli tedbirlerin alınmasını isteme hakkına sahiptir. Çalışan temsilcisinin sahip olması gereken nitelikler ve seçilme usulü "İş Sağlığı ve Güvenliği ile İlgili Çalışan Temsilcisinin Nitelikleri ve Seçilme Usul ve Esaslarına İlişkin Tebliğ" de düzenlenmiştir.

6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, tehlikeli ve çok tehlikeli sınıfta yer alan iş kolları için uygulanmaktadır; az tehlikeli işler kapsamında olup çalışan sayısı 50'den az iş yerleri için, Kanun'un 6. maddesindeki yükümlülükler 01.07.2016 itibarıyla uygulanmaya başlanmıştır.

Kanun'un uygulanmasına yönelik çok sayıda ikinci mevzuat hazırlanmıştır. Bunlardan bazıları şunlardır;

- 09.12.2003 tarihli İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetmeliği
- 29.12.2012 tarihli İş Sağlığı ve Güvenliği Risk Değerlendirmesi Yönetmeliği
- 29.12.2012 tarihli İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği
- 24.12.2013 tarihli İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik
- Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
- Çalışanların Titreşimle İlgili Risklerden Korunmalarına Dair Yönetmelik
- İş Ekipmanlarının Kullanımında Sağlık ve Güvenlik Şartları Yönetmeliği
- İş Hijyeni Ölçüm, Test ve Analizi Yapan Laboratuvarlar Hakkında Yönetmelik
- Kimyasal Maddelerle Çalışmalarda Sağlık ve Güvenlik Önlemleri Hakkında Yönetme
- Sağlık ve Güvenlik İşaretleri Yönetmeliği
- Hazırlama, Tamamlama ve Temizleme İşleri Yönetmeliği
- Binaların Yangından Korunması Hakkında Yönetmelik
- İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği: Tebliğ'in Ek-1'inde iş yeri tehlike sınıfları listesi verilmiştir. Tehlike sınıfının tespitinde, bir iş yerinde yürütülen asıl işin tehlike sınıfı dikkate alınır. Asıl işin tayininde tereddüte düşülmesi hâlinde iş yerinin kuruluş amacına bakılır. İş yerinde birden fazla asıl iş tanımına uygun faaliyetin yürütülmesi hâlinde, bu işlerden tehlike sınıfı yüksek olan iş esas alınır.

71.16. 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik

Bu Yönetmelik, iş yeri açma ve çalışma ruhsatlarının verilmesinde uygulanacak esas ve usulleri düzenlemektir. Yönetmelikte, hem tüm iş yerlerinde bulunması gereken genel şartlar hem de işletmenin niteliğine (gayrisihhi ve sıhhi işletmelere) göre özel şartlar belirlenmiştir.

Yönetmelik'in 5. maddesinde iş yeri açılışındaki genel şartlar sıralanmıştır. Bunlar arasında deri giyim ve ayakkabı sektörleri ile ilgili işletmeleri ilgilendirebilecek şartlar aşağıda yer almaktadır:

- İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili olarak mevzuatta öngörülen tedbirlerin alınmış olması,
- 634 sayılı Kat Mülkiyeti Kanunu kapsamına giren gayrimenkullerin, tapu kütüğünde mesken olarak gösterilen bağımsız bölümlerinde sinema, tiyatro, kahvehane,

gazino, pavyon, bar, kulüp, dans salonu ve benzeri eğlence ve toplantı yerleri; fırın, lokanta, pastane, süthane gibi gıda ve beslenme yerleri; imalathane, boyahane, baskımevi, dükkân, galeri ve çarşı gibi iş yerlerinin açılması hususunda kat maliklerinin oy birliği ile karar alması,

- Karayolu kenarındaki iş yerleri için karayolu trafik güvenliğinin sağlanmış olması,
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerleri; patlayıcı, parlayıcı ve yanıcı maddelerin üretildiği, satıldığı ve depolandığı iş yerleri; otuz kişiden fazla çalışanın bulunduğu her türlü iş yeri, ana giriş kapıları dışında cadde ve sokağa doğrudan bağlantısı olmayan ve birden fazla iş yerinin bir arada bulunduğu iş hanı, çarşı ve benzeri iş yerlerinde yangına karşı gerekli önlemlerinin alındığını gösteren itfaiye raporunun alınması, diğer iş yerlerinde ise yangına karşı gerekli tedbirlerin alınmış olması,
- Sınai, tıbbi ve radyoaktif atık üreten iş yerlerinde bu atıkların toplanması, taşınması, depolanması, işlenmesi ve bertarafı konusunda gerekli tedbirlerin ve izinlerin alınmış olması,
- Engellilerin iş yerine giriş ve çıkışları için gereken kolaylaştırıcı tedbirlerin alınmış olması,
- Yabancı uyrukluların iş yeri açması ve çalıştırması konusunda, yabancılarla ilgili mevzuat hükümlerine uyulması,
- Birden fazla iş yerinin bir arada bulunduğu iş hanı, çarşı ve benzeri iş yerlerinde yangına karşı gerekli önlemlerin alındığını gösteren itfaiye raporu, bu binaların yönetimi tarafından alınır ve yapıda değişiklik olmadığı sürece buralardaki iş yerleri için ayrıca münferit itfaiye raporu aranmaz. Yangın tedbirlerini etkileyecek şekilde yapıda değişiklik yapılması durumunda yalnızca yapısında değişiklik yapılan iş yerinin sahibinden münferit itfaiye raporu istenir.

Yönetmelik'in 6. maddesi çok açık bir şekilde, yetkili idarelerden usulüne uygun olarak iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmadan işyeri açılmayacağı ve çalıştırılmayacağını belirtmektedir. Esnaf ve sanatkârlar da herhangi bir iş yeri açıp burada faaliyette bulunabilmek için İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in 6. maddesi gereğince, yetkili idarelerden usulüne uygun olarak iş yeri açma ve çalışma ruhsatı almak zorundadırlar. Aynı madde, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmadan açılan iş yerlerinin yetkili idareler tarafından kapatılacağı hükmünü de getirmiştir. Yetkili idareler, Yönetmelik'in 4. maddesinde aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“Belediye sınırları ve mücavir alanlar dışı ile kanunlarda münhasıran il özel idaresine yetki verilen hususlarda il özel idaresi; büyükşehir belediyesi sınırları ve mücavir alanlar içinde büyükşehir belediyesinin yetkili olduğu konularda büyükşehir belediyesi; bunların dışında kalan hususlarda büyükşehir ilçe veya ilk kademe belediyesi; belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde belediye ve organize sanayi bölgesi sınırları içinde organize sanayi bölgesi tüzel kişiliği.”

Yönetmelik'te adı geçen sıhhi iş yeri ve gayrisihhi iş yeri ile ilgili detaylar, Rapor'un “İşe Başlangıç Süreçleri” bölümünde verilmiştir. Birinci sınıf gayrisihhi müessese “meskenlerden

mutlaka uzak bulundurulması gereken iş yeri”; 2. sınıf gayrisihhi müessese “meskenlerden mutlaka uzaklaştırılması gerekmemekle beraber izin verilmeden önce civarında ikamet edenlerin sıhhat ve istirahatleri üzerine gerek tesisatları ve gerekse vaziyeti itibarıyla bir zarar vermeyeceğine kanaat oluşması için inceleme yapılması gereken iş yeri”; 3. sınıf gayrisihhi müessese “meskenlerin yanında açılabilmeyle beraber yalnız sıhhi nezarete tabi tutulması gereken iş yeri”; sıhhi müessese “gayrisihhi müesseseler dışında kalan her türlü iş yeri” olarak tanımlanmıştır.

Yönetmelik’in 12. maddesi; sıhhi iş yeri açmak isteyen gerçek ve tüzel kişilerin, iş yerlerini Yönetmelik’e uygun olarak tanzim etmeleri sonrasındaki süreçlerini ayrıntılı bir şekilde ele almaktadır. Bu süreçte belediyeler ya iş yeri açma ve çalışma ruhsatını onaylamakta, ya hataların ve noksanlıkların giderilmesi için ek süre vermekte ya da ek süre içinde giderilmeyen hata ve noksanlıklar sebebiyle ruhsatı iptal etmektedir.

Yönetmelik’in 17. maddesi gereğince, gayrisihhi müessese açmak isteyen gerçek veya tüzel kişilerin Yönetmelik’te yer alan başvuru formunu doldurarak yetkili idareye başvurmalarını müteakip; iş yerinin, İnceleme Kurulu tarafından, en geç 7 gün içinde tesisin kurulacağı yeri mahallinde incelenmesi gerekmektedir. Bu Kurul “yer seçimi raporu formu” hazırlamakta ve bu form ilgili birimin teklifi üzerine yetkili idarenin en üst amiri veya görevlendireceği yetkili tarafından üç gün içinde değerlendirilerek izin kararı verilmektedir. Bu izin 5 yıllıktır ve bu 5 yıl içinde tesisin açılması gerekmektedir. Bu süre sonunda açılma izni alınmadığı takdirde, ilgilinin başvurusu üzerine yer seçimi ve tesis kurma izni iki yıl daha uzatılmaktadır. 20. maddede ise, projesine uygun olarak inşa edilmiş birinci sınıf gayrisihhi müesseselere yetkili idarenin gerekli görmesi veya iş yeri sahibinin müracaatı hâlinde, süresi bir yılı geçmemek üzere deneme izni verilebilmektedir. Yönetmelik’in 21’inci maddesi gereğince, yer seçimi ve tesis kurma izni verilmiş veya deneme izni sonunda çalışmasında sakınca bulunmadığı anlaşılan 1. sınıf gayrisihhi müesseselerin çalışabilmesi için, müracaatı takip eden 7 gün içinde yetkili idarenin inceleme kurulu tarafından yerinde inceleme yapılmaktadır. Çevre izni veya çevre izin ve lisans belgesi mevzuat hükümlerine uygun olan yerler için, diğer tüm bilgi ve belgeler de dikkate alınmak suretiyle açılma izni raporu düzenlenmekte; yetkili idarenin en üst amiri veya görevlendireceği yetkili tarafından 3 gün içinde iş yeri açma ruhsatı düzenlenmektedir. 1. sınıf gayrisihhi müessese başvuru ve beyan formunda yer alan bilgiler esas alınarak bir ay içinde yapılan denetimlerde, beyan edilen hususlara aykırı bir durumun tespiti hâlinde, ilgililer hakkında gerekli kanuni işlem yapılmakta; aykırılık ve noksanlıklar toplum ve çevre sağlığı açısından bir zarar doğurmuyorsa, tedbirlerin alınması ve noksanlıkların giderilmesi için bir yılı geçmemek üzere süre verilmektedir. Verilen süre içinde aykırılık ve noksanlıklarını gidermeyen işletmelerin faaliyeti, söz konusu aykırılık ve noksanlıklar giderilinceye kadar durdurulmaktadır.

Yönetmelik’in 23. maddesi 2. ve 3. sınıf gayrisihhi müesseselerde iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınması ile ilgili esasları düzenlemiştir. Bu maddede düzenlenen hususlar aşağıda sunulmuştur.

Yetkili idareler, 2. ve 3. sınıf gayrisihhi müesseseler için yapılacak beyan ve incelemelerde; insan sağlığına zarar verilmemesi, çevre kirliliğine yol açılmaması, yangın, patlama, genel güvenlik, iş güvenliği, işçi sağlığı, trafik ve karayolları, imar, kat mülkiyeti ve doğanın

korunması ile ilgili düzenlemeleri esas almaktadır. 2. ve 3. sınıf gayrisihhi müessese açmak isteyen gerçek ve tüzel kişiler, kriterlere uygun olarak iş yerini düzenledikten sonra, Yönetmelik'te yer alan başvuru formunu doldurarak yetkili idareye sunmakta; başvurunun ön-görülen kriterlere uygun olarak doldurulduğunun tespiti hâlinde, başkaca bir işleme gerek kalmaksızın iş yeri açma ve çalışma ruhsatı 5 gün içinde düzenlenerek kendilerine verilmek-te; bu iş yeri, yetkili idare tarafından bir ay içinde kontrol edilmektedir. Ruhsat verilmesini takiben yapılacak kontrol ve denetimlerde, belirtilen kriterlere aykırı beyan ve durumun tespiti hâlinde, iş yerine bir defaya mahsus olmak üzere 15 günlük süre verilmektedir; veri-len süre içinde noksanlık ve aykırılıklar giderilmediği takdirde verilmiş olan ruhsat, yetkili idare tarafından iptal edilerek iş yeri kapatılmakta ve ilgililer hakkında ruhsat vermeye yet-kili idareler tarafından ayrıca yasal işlem yapılmaktadır.

İlgili Yönetmelik'in örnek formları (Örnek 1 ve Örnek 2) arasında yer alan Sıhhi ve Gayri Sıhhi İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı Başvuru Form'larında iş yeri ve işletmeci için bazı bilgiler talep edilmektedir. Bu bilgiler arasında 12. maddede Ustalık Belgesi Numarası yer almakta ve yanında da bu numaranın ticaret siciline kayıtlı olanlardan istenmeyeceği ifade edilmektedir. Bu ifade sebebiyle, belediyeler iş yeri açma ve çalışma ruhsatı esnasında esnaf ve sanatkârdan ustalık belgesi talep etmeye devam etmektedir.

7.1.17. 26.02.2016 tarihli Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı, alışveriş merkezlerinin nitelikleri ile açılış, faaliyet ve denetimleri-ne ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

Yönetmelik'in dördüncü bölümünde yer tahsisi ile ilgili hükümler yer almaktadır. 12. maddede esnaf ve sanatkâr işletmecilerine rayiç bedel üzerinden kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az yüzde beşi oranında, geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere; en fazla rayiç bedelinin dörtte biri tutarında kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az binde üçü oranında yer tahsis edileceği hükmü bulunmaktadır. Rayiç bedelin tespitinde (13. madde), tahsis edilen iş ye-rinin büyüklüğü ve alışveriş merkezi içindeki konumu, alışveriş merkezinin büyüklüğü ve bulunduğu yer, potansiyel iş hacmi ve ciro gibi hususlar dikkate alınmaktadır.

AVM'lerde yer tahsis edileceği zaman, o ilin sanatkârlar odaları birliğine alışveriş merke-zi yönetimince yazı yazılması; yazının birliğe ulaştığı tarihte de, AVM'nin internet sitesinde duyurulması gerekmektedir (14. madde). Kiralama için, sicil belgesi ve kiralama duyuru-sunda bulunan belgeler eklenerek yazılı olarak başvurulması gerekmektedir (15. madde). AVM maliki bu iş yerlerini, usulüne uygun başvuru yapan ve kiralama şartlarını kabul eden esnaf ve sanatkâr işletmecileri ile geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere kiralamaktadır. Başvuru süresi 20 gündür ve 20 gün başvuru olmaması hâlinde diğer talep sahiplerine kiraya verilebilmektedir.

Yönetmelik'e göre kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin tespiti ve ilan, ilgili üst meslek kuruluşunun görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça belirlenmektedir.

7.1.18. 14.02.2008 tarihli Esnaf ve Sanatkârlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Fiyat Tarifeleri Hakkında Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı, esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifelerinin belirlenmesine, uygulanmasına ve denetlenmesine dair usul ve esasları düzenlemektir.

Fiyat tarifelerinin belirlenmesi ile onay, 5. maddede düzenlenmiştir. Yönetmelik'in 5. maddesine göre fiyat tarifeleri, esnaf ve sanatkârın bağlı bulundukları odalarca hazırlanmakta ve odanın bağlı olduğu birlik yönetim kuruluna sunulmaktadır. Birlik yönetim kurulu, fiyat tarifelerinin birliğe sunulmasından itibaren otuz gün içinde, gerektiğinde görüş alarak inceledikten sonra tarifeyi aynen onaylamakta ya da gerekçesiyle birlikte reddetmektedir. Birliğin onayladığı fiyat tarifesi, belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde tebliğ edilmekte ve tebliğ tarihinden itibaren yürürlüğe girmektedir.

Bu Yönetmelik'teki en önemli konulardan biri, yerleşim yerlerinin ekonomik ve sosyal koşullarına göre aynı mesleki faaliyet için farklı fiyat tarifelerinin belirlenebilmesidir.

Fiyat tarifelerine itiraz hakkı ise, belediyeler veya o yerin en büyük mülki idare amirine tanınmıştır (6. madde). Esnafın kendisinin bu tarifelere itiraz edebilmesi hakkı Yönetmelik'te bulunmamaktadır.

Tarifelerle ilgili denetim ise o esnaf ve sanatkârın kayıtlı olduğu oda tarafından yapılmaktadır (11. madde) ve aykırı bir durum tespit edildiğinde Yönetmelik ekinde de yer alan İşyeri Denetim Tutanağı hazırlanmaktadır. Bunlar için 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 24. maddesinde yer alan cezalar üzerinden işlem yapılmaktadır.

7.1.19. 16.09.2005 Esnaf ve Sanatkâr Sicili Yönetmeliği

Bu Yönetmelik'in amacı, esnaf ve sanatkârların sicil işlemlerinin nasıl yürütüleceğini, defter ve kayıtların ne şekilde tutulacağını, hangi hususların tescil ve ilan edileceğini; resen kayıt ve terkin işlemlerini; sicilin denetimi, sicil memurlarına itiraz yolları, sicil personelinin nitelik ve sorumluluğu ile Esnaf ve Sanatkâr Sicili Müdürlüklerinin ve personelinin çalışma usul ve esaslarını düzenlemektir.

Yönetmelik'in 4. maddesi, sicil işlemlerinin o ildeki esnaf ve sanatkârlar odaları birliği bünyesinde, ayrı bir birim olarak Esnaf ve Sanatkâr Sicil Müdürlüğü tarafından yapılacağını hükme bağlamıştır.

Esnaf ve sanatkârlar yanlarında çalışanlar hariç, Yönetmelik'in 9. maddesi gereği, faaliyete başladıkları tarihten veya faaliyette iken kayıt beyannamelerinde meydana gelen değişiklikleri ve sicile geçmesi gereken hususları, değişikliğin meydana geldiği tarihten itibaren en geç 30 gün içinde bağlı bulundukları sicile tescil ve gazetede ilan ettirmekle yükümlüdürler. Bunu yapmayanlar birlik tarafından ruhsat vermekle yetkili ilgili kurum ve kuruluşlara bildirilmekte ve ilgili kurum ve kuruluşlar, sicil kaydı yapılmaya kadar bunların faaliyetlerini durdurmaktadır.

7.2. Sektörlere Özel Mevzuat

7.2.1. Ayakkabı Sektörü

08.09.2005 tarihli Tüketicinin Satın Alacağı Ayakkabıların Temel Unsurlarının Yapımında Kullanılan Malzemelerin Etiketlenmesine Dair Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı, tüketicilere satış amacıyla üretilen ayakkabıların temel unsurlarının yapımında kullanılan malzemelerin etiketlenmesine dair usul ve esasları belirlemektir.

Yönetmelik'in 5. maddesinde; ayakkabı çiftinin birinde veya her ikisinde, ayakkabı yüzü, iç astar ve taban ile dış taban gibi ayakkabı parçalarını oluşturan ve ayakkabıların temel unsurlarının yapımında kullanılan malzemelere ilişkin bilgilerin yazılı açıklamalar kullanılarak bulundurulması gerektiği belirtilmektedir.

6. maddede ise etiketin nasıl olacağı anlatılmaktadır. Buna göre etiketin ayakkabı çiftinin birinde veya her ikisinde baskı, yapıştırma, kabartma veya ilişirme suretiyle konulması gerektiği ifade edilmektedir. Etiket, ayakkabının üst yüzünün ve iç astar ve tabanının en az % 80'ini oluşturan malzeme ve dış taban hacminin en az %80'ini oluşturan malzemeye dair bilgileri içermelidir. Ayakkabı yapımında kullanılan malzemelerden hiçbirisi %80 oranına ulaşmıyorsa, ayakkabıyı meydana getiren en yüksek orandaki iki malzemeye ilişkin bilgi etikette yer almalıdır.

Etiket, tüketiciyi yanıltacak şekilde olmamalıdır; içerikteki bilgilere kolay ulaşılabilir ve okunabilir büyüklükte olmalıdır. Tüketicinin bilgilendirilmesi için ise (Madde 7) ayakkabıların satışa arz edildiği iş yerlerinde kolayca görülebilecek ve okunabilecek şekilde ve en az (297mmx210mm) A4 boyutunda hazırlanmış bir poster veya tablo, uygun bir yere asılmalıdır.

Bu Yönetmelik'in en önemli maddelerinden biri 8. maddedir. Bu maddede, üreticinin, ayakkabının etiketlenmesinden ve etikette yer alan bilgilerin doğruluğundan sorumlu olduğu; ancak üreticiye ulaşamadığı takdirde bu sorumluluğun dağıtıcıya ait olduğu belirtilmektedir.

16.05.2008 tarihli Ayakkabı Teknik Komitesinin Oluşumu ve Görevlerine Dair Tebliğ

Bu Tebliğ'in amacı; ayakkabı ürünleri ile ilgili mevzuatın hazırlanması ve uygulanması konusunda yapılacak çalışmalara alt yapı oluşturacak, sektörün sorunlarını yakından takip ederek bunlara ilişkin çözüm yollarını sunacak bir teknik komite oluşturulması ve bu komitenin çalışma usul ve esaslarının belirlenmesidir.

Tebliğ'in 5. maddesinde Ayakkabı Teknik Komitesinde (AY-TEK) yer alacak üyeler sayılmaktadır. Bu üyeler aşağı da sıralanmıştır:

- Genel Müdürlüğü temsilen iki üye,
- Avrupa Birliği Koordinasyon Genel Müdürlüğünü temsilen bir üye,
- Ölçüler ve Standartlar Genel Müdürlüğünü temsilen bir üye,
- Sanayi Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğünü temsilen bir üye,

- Maliye Bakanlığını temsilen bir üye,
- Dış Ticaret Müsteşarlığını temsilen bir üye,
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğini temsilen bir üye,
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonunu temsilen bir üye,
- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığını temsilen bir üye,
- Türk Standardları Enstitüsünü temsilen bir üye,
- Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonunu temsilen bir üye,
- Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneğini temsilen bir üye,
- Türkiye Deri Sanayicileri Derneğini temsilen bir üye,
- İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliğini temsilen bir üye,
- Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliğini temsilen bir üye,
- Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneğini temsilen bir üye,
- Türkiye Ayakkabı Sanayi Sektörü Araştırma Geliştirme Vakfı,
- YÖK tarafından belirlenen Üniversite temsilcisi bir üye.

Tebliğ'in 6. maddesi AY-TEK'in çalışma usulleri ile ilgilidir. Buna göre, Komite, en az üye sayısının 1/2'si ile toplanmakta, kararlar oy çokluğu ile alınmaktadır. Komitenin başkanlığı, Sanayi Genel Müdürü ya da onun yetkilendireceği Bakanlık temsilcisi tarafından yapılmaktadır. Komitenin yılda üç, ayda birden az olmamak üzere periyodik olarak toplanması gerekmektedir. Her toplantıda bir önceki toplantıda alınan kararlar değerlendirilmektedir.

Tebliğ'in 7. maddesi ise AY-TEK'in görevlerine yer vermektedir. Buna göre Komitenin görevleri, ayakkabı sektörünün mevcut durumunu tespit etmek; teknik mevzuat uyum sürecinde sektörden bilgi akışını sağlamak; ayakkabı ürünlerinin kontrolü için ihtiyaç duyulan gerekli ölçüm cihazlarını, test ve laboratuvarları tespit etmek; mevcut laboratuvarların koordinasyonunu sağlamak; Avrupa Birliği Komisyonu ve uluslararası kurumlar ve ilgili diğer kuruluşlar tarafından düzenlenen ayakkabı sektörünü ilgilendiren toplantılara katılım sağlamak için ilgili kurum ve sektör temsilcilerini belirleyerek, Bakanlığa öneride bulunmak; gelişmelere bağlı olarak ilgili mevzuatta yapılacak revizyon çalışmalarını ve hazırlanacak yeni teknik mevzuatın taslaklarını inceleyerek, bunlara ilişkin görüş ve önerilerini Bakanlığa bildirmek; ayakkabı ürünleri ile ilgili mevzuatın uygulanması kapsamında ilgili sektörlerin karşılaştığı sorunları ve/veya açıklık getirilmesi gereken konuları tespit etmek; tespit edilen bu hususlar doğrultusunda çözüm önerileri geliştirerek Bakanlığın bilgisine sunmak; ayakkabı sanayi sektörlerine ilişkin olarak dünyada ve ülkemizde meydana gelen gelişmeleri takip etmek; sektörlerden Bakanlığa intikal eden sorun ve şikâyetlerle ilgili görüş ve önerilerde bulunmaktır.

7.2.2. Tekstil Sektörü

25.04.2015 tarihli Tekstil Elyaf İsimleri ve Tekstil Ürünlerinin Elyaf Kompozisyonlarıyla İlgili Etiketleme ve İşaretleme Hakkındaki Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı; tekstil elyaf isimleri, tekstil ürünleri elyaf kompozisyonlarının etiketleme ve işaretleme, hayvansal menşeli tekstil olmayan parçalar içeren tekstil ürünlerinin etiketlenmesi ve işaretleme ile tekstil ürünlerinin elyaf kompozisyonlarındaki ikili ve üçlü tekstil elyaf karışımlarının niceliksel analiz yoluyla tespit edilmesine ilişkin usul ve esasları belirlemektir.

İlgili Yönetmelik, piyasaya arz edilen tekstil ürünleri ve ağırlıkça en az %80 tekstil elyafı içeren ürünleri; ağırlıkça en az %80 tekstil bileşenlerinden oluşmak şartıyla yatak örtüleri ve kompozisyonu belirtilmiş olmak kaydıyla diğer ürünlerle birleştirilmiş ve bunların bir parçasını oluşturan tekstil ürünler vb. ürünler için geçerlidir.



Bölüm 8

Sektörle İlgili Kurum ve
Kuruluşlar



Sektörle ilgili yetki ve sorumlulukları bulunan, sektöre yönelik strateji ve planlar geliştiren, programlar uygulayan, sektörle çeşitli şekillerle ilgili olan pek çok kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Kâr amaçlı işletmeler dışarıda bırakıldığında dahi sayısı çok fazla olan bu kurumlar arasında, kamu kurum ve kuruluşları ile meslek kuruluşları çok stratejik bir yere sahiptir. Son yıllarda sayıları ve önemleri giderek artan sivil toplum örgütlerinin ise tamamını listelemek neredeyse imkânsızdır. Aşağıdaki bölümde bu kurumlardan en fazla öne çıkanlar sıralanmıştır. Bu kurumların sektör ve sektördeki esnaf ve sanatkâr ile nasıl bir ilişki içinde olduğu da özetle aktarılmıştır.

Sektörün Türkiye ekonomisi açısından önem ve değerini yansıtan bir biçimde, bu sektörle ilgili çalışmalar yapan; sektöre yönelik çeşitli yetki, görev ve sorumlulukları bulunan pek çok kamu kurum ve kuruluşu bulunmaktadır. Bunlardan bazıları çok daha doğrudan bir şekilde sektörle ve sektör içerisindeki esnaf ve sanatkârlar ile ilgiliyken, bazıları ise görev ve sorumlulukları bağlamında sektörle dolaylı bir ilişkiye sahiptir.

Tablo 37. Sektörle İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşları: Bakanlıklar

Kurum	İlgili Alt Birimler
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı	• Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü • Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü • Gümrükler Muhafaza Genel Müdürlüğü • Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü • İç Ticaret Genel Müdürlüğü
Ekonomi Bakanlığı	• İhracat Genel Müdürlüğü • İthalat Genel Müdürlüğü • Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü • Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü
Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	• Sanayi Genel Müdürlüğü • Bilim ve Teknoloji Genel Müdürlüğü • Sanayi Bölgeleri Genel Müdürlüğü • Sanayi Ürünleri Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü • Verimlilik Genel Müdürlüğü
Millî Eğitim Bakanlığı	• Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü • Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü
Kalkınma Bakanlığı	• Kalkınma Ajansları¹⁰⁸ • Yıllık Programlar ve Konjonktür Değerlendirme Genel Müdürlüğü • İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü • Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü • Dış Ekonomik İlişkiler Genel Müdürlüğü • Yatırım Programlama, İzleme ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü
Maliye Bakanlığı	• Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı	• Çalışma Genel Müdürlüğü • İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü

¹⁰⁸ Türkiye’de hâlihazırda aktif durumda bulunan Kalkınma Ajansları (KA) şunlardır: Ahiler KA (AHİKA); Ankara KA (ANKARAKA); Batı Akdeniz AK (BAKA); Batı Karadeniz AK (BAKKA); Bursa, Eskişehir, Bilecik KA (BEBKA); Çukurova KA (ÇKA); Doğu Akdeniz KA (DAKA); Doğu Karadeniz KA (DOKA); Doğu Marmara KA (MARKA); Dicle KA (DİKA); Fırat KA (FKA); Güney Ege KA (GEKA); Güney Marmara KA (GMKA); İpekyolu KA (İKA); İstanbul KA (İSTKA); İzmir KA (İZKA); Karacadağ KA (KARACA-DAĞ); Kuzey Anadolu KA (KUZKA); Kuzey Doğu Anadolu KA (KUDAKA); Zafer KA (ZAFER); Mevlana KA (MEVKA); Orta Anadolu KA (ORAN); Orta Karadeniz KA (OKA); Serhat KA (SERKA); Trakya KA (TRAKYAKA).

Bu bölümde öncelikle, sektörle ilgili çeşitli görev ve yetkileri kapsamında öne çıkan bakanlıklar ele alınacaktır. İlgili bakanlığın temel misyon ve vizyonu kısaca özetlendikten sonra, sektörün çeşitli faaliyet alanlarıyla doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili olan alt birimleri de görev, sorumluluk, vizyon ve teşkilat yapısı bağlamında değerlendirilecektir. Projenin kapsamından ötürü, özellikle sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar açısından bu kurum ve kuruluşların konum ve fonksiyonlarının altı çizilecektir.

Bu kurum ve kuruluşların görev ve yetki alanları incelendiğinde, sektörde daha etkin bir biçimde yer almak isteyen işletmeler, esnaf ve sanatkâr için faydalı olacak bilgilere ulaşabileceği, bu kurumların sağlamakta olduğu yardım, hizmet ve desteklerin daha net biçimde ortaya konacağı umulmaktadır. Bakanlıkların ardından diğer kamu kurum ve kuruluşları da aynı bakış açısıyla ele alınacaktır.

8.1. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

İç ve dış ticaretin yönetilmesi ve düzenlenmesinde en önemli görevi üstlenen kamu kurumlarının başında gelen Gümrük ve Ticaret Bakanlığının misyonu gümrük ve ticaret alanında;

- rekabeti, girişimciliği ve ekonomik büyümeyi teşvik eden,
- piyasa aktörlerinin kurumsal yapılarını güçlendiren,
- üreticileri ve tüketicileri koruyan,
- etkin, hızlı ve insan odaklı hizmet sunan

politika ve uygulamaları geliştirmek, yürütmek ve denetlemektir.

81.1. Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü

Bakanlık bünyesindeki birimler arasında ekonominin her sektöründeki esnaf ve sanatkârlar ile en fazla ilgili olanı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğüdür. Genel Müdürlüğün görevleri 03.06.2011 tarih ve 640 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile belirlenmiş olup aşağıda sıralanmıştır¹⁰⁹:

- Esnaf ve sanatkârlara ilişkin politikaları, ilke ve hedefleri ilgili kuruluşlarla iş birliği yaparak belirlemek, stratejiler geliştirmek, sonuçlarını izlemek ve değerlendirmek.
- Esnaf ve sanatkârlara ilişkin politikaların belirlenmesi, istatistikler ve analizler üretilmesi ve paylaşılması, değerlendirmeler yapılması ve raporlar hazırlanması amacıyla bu işletmelere ait yatırım, üretim, pazarlama, teşvik, mali durum, AR-GE, istihdam, enerji ve benzeri ekonomik faaliyet bilgi ve verileri ile esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşlarına ait bilgileri belirleyeceği usul ve esaslar kapsamında almak suretiyle bilgi sistemi oluşturmak.
- Esnaf ve sanatkârların sorunlarını tespit etmek, çözüm önerileri geliştirmek ve ilgili kurumlar nezdinde girişimde bulunmak, rekabet güçlerinin artırılması, araştırma, geliştirme ve yenilikçilik yeteneklerinin geliştirilmesi, pazarlama, ham madde ve

¹⁰⁹ <http://esnaf.gtb.gov.tr/kurumsal/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

tezgâh temini amaçlarıyla teşvik ve destekler vermek ve bu konulara yönelik düzenlemeler yapmak.

- İç ve dış pazar imkânlarını araştırmak, kredi ve finansman ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik çalışmalar ve bu konularda düzenlemeler yapmak.
- Esnaf ve sanatkârlar ile istihdam ettikleri personele yönelik eğitim faaliyetlerini desteklemek.
- Esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşlarının kuruluş, işleyiş ve siciline ilişkin işleri yürütmek.

Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarının altında örgütlenmiş olan Daire Başkanlıkları ile bu görevlerini yerine getiren Genel Müdürlükte Mevzuat ve Denetim Dairesi Başkanlığı özellikle meslek kuruluşlarına ilişkin süreçler ve denetim konularında; Bilgi Sistemleri Dairesi Başkanlığı esnaf ve sanatkârla ilgili her türlü bilgi ve istatistiğin derlenmesi ve analizinde; Strateji Geliştirme ve Finansman Dairesi Başkanlığı yukarıda sıralanmış olan görevlerin yerine getirilmesinde geleceğe yönelik stratejilerin belirlenmesinde; Eğitim ve Destek Hizmetleri Dairesi Başkanlığı, mali ve idari olarak kurum içi eğitim ve destek hizmetlerinin sağlanmasında; Ahilik ve Şura Dairesi Başkanlığı ise Ahilik geleneğinin yaşatılması ve Esnaf ve Sanatkârlar Şurası'nın toplanarak esnaf ve sanatkârın kendileriyle ilgili politikaların belirlenmesinde söz sahibi olabilmeleri konularında çalışmaktadır. Genel Müdürlüğün sektörle ilgili eylem ve faaliyetleri aşağıda ilgili bölümde detaylı biçimde ele alınmıştır.

8.1.2. Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü

Sektördeki esnaf ve sanatkârlardan ziyade tüketicinin korunması amacıyla kurulmuş olan Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'nün görevleri Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK/640) ile belirlenmiş olup aşağıda sıralanmıştır¹¹⁰:

- Tüketicinin korunmasına ilişkin politikalar oluşturmak, bu politikaların belirlenmesinde yurt içi ve yurt dışındaki kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapmak ve gerekli koordinasyonu sağlamak.
- Tüketicilerin, sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, kayıplarını giderici tedbirleri almak ve gerekli düzenlemeleri yapmak.
- Tüketicilerin tüketim maddeleri yönünden çevresel tehlikelerden korunabilmesi amacıyla alınacak tedbirlerin belirlenmesinde ilgili bakanlık ve kuruluşlarla iş birliği yapmak.
- Piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin kalitesinin yükseltilmesi amacıyla yönelik olarak kalite denetimi yapmak, yaptırmak, kalite kontrol sistemleri kurmak, ilgili kurum ve kuruluşlara standart tespitine ilişkin görüş ve önerilerde bulunmak.

¹¹⁰ <http://tuketici.gtb.gov.tr/kurumsal/gorevlerimiz> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

- Tüketicileri aydınlatıcı ve eğitici tedbirleri almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve tüketicinin korunması konusundaki politikaların oluşturulmasında bunların gönüllü örgütlenmeleri yoluyla temsil edilmelerini sağlamak.
- Tüketici sorunlarının çözümüne ilişkin olarak diğer kanunlarla verilen görevleri yapmak.
- Teknik mevzuatı bulunmayan ve doğrudan tüketiciye sunulan ürünlerin piyasa gözetimi ve denetimini yapmak, bu ürünlerde ihtiyaç hâlinde gerekli düzenlemeleri yapmak veya Bakan onayı ile standartları zorunlu uygulamaya koymak, ülke ekonomisinin gerektirdiği özel ve zorunlu durumları inceleyip sonuçlandırmak.

Ayrıca Genel Müdürlük bünyesinde, tüketicinin korunmasına ve piyasa gözetimi ve denetimine ilişkin çalışmalarda bulunmak üzere, gerekli hâllerde devamlı ve geçici özel ihtisas komisyonları kurulabilir. Bu komisyonlarda görev alacak kamu görevlisi olmayan üyelere ödenecek huzur ücreti ve harcırahlar ile bu maddenin uygulanmasına ilişkin diğer hususlar yönetmelikle belirlenir.

Genel Müdürlükte Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarının altında 7 Daire Başkanlığı bulunmaktadır. Bunlar, Reklam Dairesi; Destek Hizmetleri, Eğitim ve Dış İlişkiler Dairesi; Piyasa Gözetimi ve Denetimi Dairesi; Belgelendirme Dairesi; Mevzuat ve Rapor Değerlendirme Dairesi; Tüketici Hakem Heyetleri Koordinasyon Dairesi ve Tüketici Şikâyetleri Dairesidir.

8.1.3. Gümrükler Muhafaza Genel Müdürlüğü

Sektörde faaliyette bulunup dış ticaret yapmak isteyen işletmelerin ithalat ya da ihracat işlemlerinde muhatap olduğu kurumlardan biri, Gümrükler Muhafaza Genel Müdürlüğüdür. Yalnızca tüketiciye yönelik ürünlerin değil, imalatıta kullanılan ham madde ve aksesuar tarzı ürünlerin günümüz küresel ekonomisi içindeki uluslararası hareketliliği düşünüldüğünde, bu Genel Müdürlüğün önemi daha fazla öne çıkmaktadır.

Sektördeki esnaf ve sanatkârlar ile esnaf kökenli işletmelerin büyük çoğunluğu, gümrük işlemlerini genellikle, bu konularda deneyimli mali müşavir, muhasebeci vb. dış hizmet sağlayıcılar vasıtasıyla yerine getirmektedir. Ayrıca son yıllarda dış ticaret danışmanlık vb. isimlerle faaliyet göstermeye başlayan şirketler bu alanda tercih edilmeye başlanmıştır. Bu şirketler, gümrük işlemlerinin kolaylıkla yerine getirilmesi konusunda destek hizmeti sunmanın yanı sıra ihracat teşviki kapsamında sağlanan KDV iadesi hususlarında da hizmet sağlamaktadır. Büyük ölçekli şirketler ise ekseriyetle kendi bünyelerinde kurdukları Dış Ticaret Birimleri aracılığıyla bu konularla ilgilenmektedir. Dış ticarete yönelmek isteyen işletmelerin, oldukça teknik süreçler barındıran gümrük konusunda bu tür uzmanlaşmış destek almaları veya Genel Müdürlüğün çeşitli birimlerinden kendileri bilgi edinerek kaçakçılık ve dolandırıcılık risklerinden kendilerini korumaları önem arz etmektedir.

Genel Müdürlüğün temel fonksiyonları arasında Türkiye’de faaliyette bulunan ekonomik aktörlerin dış ticaret yapmalarının önündeki engelleri azaltmak ve süreci mümkün olduğu kadar kolay bir hâle getirmenin yanı sıra, ekonomi açısından çok önemli tehditlerden

biri olan kaçak ticaretin de önüne geçmektir. Bu bağlamda Genel Müdürlüğün misyon ve vizyonu şu şekilde belirlenmiştir:¹¹¹

“Genel Müdürlüğün misyonu kanunlar çerçevesinde uluslararası eşya, taşıt ve yolcu hareketlerini kontrol ederek ülke ekonomisine ve güvenliğine gerekli katkıyı sağlamak ve kaçakçılığı önlemek suretiyle ülkenin ekonomik yönden zarara uğramasını engellemektir. Vizyonu ise, Genel Müdürlük bünyesinde yürütülen faaliyetlerle yasadışı ticaretle etkin şekilde mücadele ederek kaçakçılığı minimum seviyeye indirmek, ülke ekonomisine maksimum katkıyı sağlamak ve bağlantı birimlerimiz vasıtasıyla sınır kapılarında ülkemizi en iyi şekilde temsil etmektir.”

Teşkilat şemasında Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarına bağlı olarak faaliyet gösteren 7 Daire Başkanlığı bulunmaktadır. Bunlar Kolluk Hizmetleri Dairesi, Yönetim Hizmetleri Dairesi, Proje ve Teknik Sistemler Dairesi, Kaçakçılıkla Mücadele Dairesi, Komuta Kontrol ve Operasyon Dairesi, Gümrük Muhafaza Hizmetleri Dairesi ve İstihbarat Dairesidir.

8.1.4. Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü

Günümüz ekonomik şartlarında büyük önem taşıyan kümelenme ve iş birliği konularında, öne çıkan alternatiflerden biri olan kooperatifleşme alanından sorumlu kamu kurumlarının başında, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü gelmektedir. Uluslararası Kooperatifler Birliği, kooperatifleri; “ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk teşkilatlar” olarak tanımlamaktadır.¹¹² Ayrıca kooperatifler, aşağıdaki özellikleri bünyelerinde bulundurdıkları için hem yerel hem de ulusal ekonomi açısından büyük önem taşımaktadırlar:

- Gönüllü ve açık üyelik
- Ortakların demokratik kontrolü
- Ortakların ekonomik katılımı
- Özerklik ve bağımsızlık
- Eğitim, öğretim ve bilgilendirme
- Kooperatifler arası iş birliği
- Topluma karşı sorumluluk¹¹³

Genel Müdürlüğün temel misyonu; kooperatiflere yönelik politika ve stratejileri belirlemek, kuruluş, işleyiş, denetim, destek, bilgi-işlem, yasal altyapı, bilgilendirme hizmetlerini etkin ve verimli bir şekilde sürdürmektir.¹¹⁴ Bu misyonu doğrultusunda ekonominin her sektöründe olduğu gibi deri, giyim ve ayakkabı sektöründe de kooperatifleşmeyi teşvik

¹¹¹ <http://muhafaza.gtb.gov.tr/teskilat/misyonvizyon> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

¹¹² <http://koop.gtb.gov.tr/kooperatifler-hakkinda/kooperatif-nedir> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

¹¹³ Agk.

¹¹⁴ <http://koop.gtb.gov.tr/kurumsal/misyon> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

etmek ve kurulan kooperatiflerin faaliyetlerini desteklemek görevlerini sürdüren Genel Müdürlük, ekonomik etkinliklerini iş birliği yoluyla artırmak isteyen esnaf ve sanatkârlar için de çok önemli bir destek noktası oluşturmaktadır.

Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcısının altında 5 Daire Başkanlığına sahip olan birimin teşkilat yapısında yer alan daireler şunlardır: Kooperatifler Dairesi, Tarım-Satış Kooperatifleri Dairesi, Denetim Hizmetleri Dairesi, Dış İlişkiler Dairesi ve İdari ve Mali İşler Dairesi.

8.1.5. İç Ticaret Genel Müdürlüğü

Sektör bağlamında hayati bir öneme sahip diğer bir birim de İç Ticaret Genel Müdürlüğüdür. Genel Müdürlük “ticari hayatın, vatandaşların yaşam kalitesine ve ülkenin refahına katkı sağlayacak şekilde geliştirilmesine yönelik politikaları belirlemek ve bu doğrultuda gerekli düzenlemeleri yaparak uygulanmasını sağlamak” misyonu doğrultusunda; “bilgi çağının gereklerini yerine getiren güçlü bir kurumsal yapıyla, ticari hayatın beklentilerini karşılayabilecek şekilde etkin, verimli ve sürdürülebilir hizmet sunan bir birim olmak” vizyonuna sahiptir.¹¹⁵

Günümüzün hızla değişen ve küresel rekabetin baskısı altına giren ticaret dünyasında, etkin biçimde yer almak isteyen esnaf ve sanatkârların, dinamik değişkenleri takip etmeleri şarttır. Bu bağlamda, Genel Müdürlük perakende ve elektronik ticaretin gerekliliklerinden reklam ve pazarlama araçlarına, bilgi sistemlerine hakimiyetten dış piyasalarla ilişkiler ve şirketleşmeye kadar uzanan geniş bir alanda sektördeki işletmelere destek ve hizmetler sunmaktadır. Bu destek ve hizmetlerden öne çıkanlar aşağıda detaylı biçimde ele alınmıştır.

Genel Müdürlük yukarıda aktarılan misyon ve vizyonu doğrultusunda çalışmalarını Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarının altında örgütlenmiş olan Daire Başkanlıkları aracılığıyla sürdürmektedir. Bunlar Şirketler Dairesi, Perakende ve Elektronik Ticaret Dairesi, Planlama ve Mevzuat Dairesi, Odalar ve Borsalar Dairesi, Tarım Ürünleri Ticareti Dairesi ve İnsan Kaynakları ve Bütçe Dairesidir.

8.2. Ekonomi Bakanlığı

2011 yılında kurulmuş olan Ekonomi Bakanlığı, farklı isim ve yapılanmalara sahip olan uzun bir geçmişe sahiptir. Bu yeni yapılanmanın gerekçesi, Bakanlık tarafından şu şekilde ifade edilmektedir:

“Dünya ticareti, ekonomik bütünleşme süreçlerinin derinleştiği, küresel ölçekte pazara giriş stratejilerinin yoğun şekilde uygulandığı ve ihracat pazarlarında rakip ülkelerin aktif stratejiler geliştirerek ihracatta pazar paylarını artırmaya çalıştığı bir dönemden geçmektedir. Bu dönem ve ülkenin 2023 vizyonu; ekonomi ve dış ticaret politikalarının yeni bir anlayış ve yapıyla yürütülmesini zorunlu kılmaktadır. Bu kapsamda, Cumhuriyet tarihinde ilk kez, ihracata dayalı büyüme modeli çerçevesinde, mal ve hizmet sektörlerinde yatırım-üretim-ihracat zincirine ilişkin politikaların bir bütün olarak ele alınmasını sağlayacak bir kurumsal yapılanmaya

¹¹⁵ <http://icticaret.gtb.gov.tr/kurumsal/misyon-ve-vizyonumuz> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

duyulan ihtiyaç dikkate alınarak, 8 Haziran 2011 tarihli 637 sayılı Kanun Hükümünde Kararname ile Dış Ticaret Müsteşarlığının tüm hizmet birimleri ile Hazine Müsteşarlığının Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlükleri birleştirilerek Ekonomi Bakanlığı kurulmuştur.”¹¹⁶

Ekonominin her sektörüne bütünlükçü bir yaklaşım getirmeyi amaçlayan Bakanlık, hâliyle, deri, giyim ve ayakkabı sektörüyle de yakın ilişki içindedir. Bir sonraki ana başlık altında Ekonomi Bakanlığının bu sektör ve sektördeki esnaf ve sanatkârlara yönelik strateji, destek ve teşvikleri detaylı şekilde ele alınmıştır. Bu bölümde Bakanlığın sektörle ilgili birimlerinden öne çıkanlar hakkında özet bilgiler sunulacaktır.

8.2.1. İhracat Genel Müdürlüğü

Sektörde ihracat yapmak isteyen işletmelerin bu faaliyetlerini destekleme ve düzenleme görevi, İhracat Genel Müdürlüğü tarafından yerine getirilmektedir. Genel Müdürlüğün bu ana fonksiyonunu yerine getirme bağlamındaki görevlerinden başlıcaları şunlardır:¹¹⁷

- İhracatın kalkınma planları ve yıllık programlardaki ilke, hedef ve politikalar yönünde ülke ekonomisi yararına düzenlenmesini, desteklenmesini ve geliştirilmesini sağlamak.
- Kamu kurum ve kuruluşlarına çeşitli mevzuatla verilmiş yetkilerin kullanımında ihracata ilişkin politikaların uygulanmasına dair esasları düzenlemek, uygulamalarla ilgili kuruluşlar arasında koordinasyonu temin etmek ve anılan kurumların ihracata ilişkin yeni düzenlemeleri ile ilgili görüş bildirmek.
- İhracatın geliştirilmesi ve yönlendirilmesine ilişkin madde ve ülke bazında gerekli tedbirleri almak ve düzenlemeleri yapmak, ihracatın madde ve ülke bazında geliştirilmesi imkânlarını ve bu imkânlardan azami döviz gelirleri sağlama yollarını araştırmak ve önerilerde bulunmak, ihracatçıları bu konularda eğitmek, ihracat maddelerimize karşı uygulanan kısıtlayıcı tedbirlerin ortadan kaldırılmasına veya iyileştirilmesine yönelik çalışmalar yapmak.
- Ülke ihracatında veya dünya ithalatında öne çıkan pazarları düzenli olarak izlemek; bu pazarları ihracatçılara duyurmak, ihracat potansiyeli arz eden ürün ve ürün gruplarını tespit etmek ve ihracatı bu alanlara yönlendirmek amacı ile gerekli düzenlemeleri yapmak ve oluşumları sağlamak.
- İhracat Rejimi Kararı da dâhil olmak üzere, ihracata dair mevzuatı hazırlamak ve uygulamak, ihracatın desteklenmesi ve yönlendirilmesi konularında gerekli tedbirleri hazırlamak, uygulamak, uygulamayı takip etmek ve değerlendirmek.

¹¹⁶ http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/kurumsal?_afLoop=97150896735675&_afWindowMode=0&_afWindowId=f3srdbwg6_117#!%40%40%3F_afWindowId%3Df3srdbwg6_117%26_afLoop%3D97150896735675%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3Df3srdbwg6_171 (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

¹¹⁷ <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portallapp/pages/content/htmlViewer.jspx?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-139309&parentPage=mevzuat> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

- İhracata konu tarım ürünlerinin destekleme alım fiyatlarının belirlenmesine yönelik hazırlıkları yapmak ve destekleme stoklarının ihracat yoluyla değerlendirilmesine ilişkin esasları tespit etmek, uygulamak ve uygulanmasını sağlamak.
- İhracata yönelik krediler ve diğer devlet destekleri ile ilgili olarak madde ve ülke politikalarına ilişkin esasları belirlemek ve ilgili birim ve kuruluşlara iletmek.
- Bağlı muamele ve off-set gibi karşılıklı ticaret uygulamalarının usul ve esaslarını belirlemek.

8.2.2. İthalat Genel Müdürlüğü

Dış ticaretin diğer boyutu olan ithalatla ilgili düzenlemelerden sorumlu olan birim ise İthalat Genel Müdürlüğüdür. Gümrük konusunda da belirtildiği gibi, günümüzün küreselleşen ekonomik dünyasında ithalat yalnızca yurt dışından bitmiş mal olarak bunları satmak isteyenlerin değil; imalat yapan işletmeler için üretimin her aşamasında kullanılabilecek ham madde, aksesuar ve sair materyali yurt dışından getirtilmesinde de kullanılmaktadır. Bu bağlamda ekonomide çok önemli bir işlevi bulunan Genel Müdürlüğün görevleri şunlardır:¹¹⁸

- İthalatın uluslararası anlaşmalar ile kalkınma planları ve yıllık programlarda öngörülen ilke, hedef ve politikalar çerçevesinde yürütülmesini sağlamak.
- Kamu kurum ve kuruluşlarına çeşitli mevzuatla verilmiş yetkilerin kullanımında ithalat ile ilgili politikaların uygulanmasına dair esasları düzenlemek ve bu kurumların ithalata ilişkin düzenlemeleri ile ilgili görüş bildirmek.
- İthalat Rejimi Kararı da dâhil olmak üzere ithalata dair mevzuatı hazırlamak, madde politikalarını teklif etmek, uygulamak, ithalatla ilgili izinleri ve belgeleri vermek, gelişmeleri takip etmek ve ilgili kurum ve kuruluşlarla koordinasyonu sağlamak.
- İthalatı, iç piyasa ve sanayinin ihtiyaçlarını, iç ve dış ekonomik gelişmeleri dikkate alarak izlemek ve ithal mallarına uygulanacak mali yüklere ilişkin hazırlıkları yürütmek ve uygulanmasını sağlamak.
- İthal malların dünya piyasalarına uygun olarak ithalini sağlayıcı tedbirleri almak, uygulamak ve izlemek.
- Dampinge karşı vergi; sübvansiyona karşı telafi edici vergi ve korunma önlemi gibi ticaret politikası savunma araçları ile ilgili mevzuatı hazırlamak; uygulamak; mevzuatla verilen görevleri yerine getirmek; ticaret politikası savunma araçlarının etkisini incelemek ve ticaret politikası savunma araçlarının etkisiz kılınmasına ilişkin girişimleri araştırmak, tespit etmek ve gerekli tedbirleri almak.
- İthalat ile ilgili politikaları izlemek, ithalatın her aşamasında gerekli görülecek incelemeleri ve denetimleri yapmak, yaptırmak, önlemleri almak ve bu hususlarla ilgili düzenlemeler yapmak.

¹¹⁸ <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/content/htmlViewer.jspx?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-213063&parentPage=mevzuat> (En son erişim: 20.7.2016)

- Ticaret politikası savunma araçları ile ilgili ikili ve çok taraflı istişareleri yürütmek ve Dünya Ticaret Örgütü ve diğer ülke uygulamalarını takip etmek, bu uygulamaların nedeniyle ortaya çıkan anlaşmazlıklarda Türkiye'nin menfaatlerini ilgili uluslararası platformlarda savunmak üzere gerekli önlemleri almak.

8.2.3. Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü

Aşağıdaki bölümde, Ekonomi Bakanlığının da içinde bulunduğu çok çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarınca verilen destek ve teşvik programları hakkında bilgi sunulmuştur. Çeşitli kurumlarca verilen bu teşvikler arasında koordinasyon sağlanması ve bu alanda temel stratejik hedefler doğrultusunda politikalar oluşturulması ve uygulanması görevi Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğüne aittir. Daha detaylı bir biçimde Genel Müdürlük görevleri şu şekilde sıralanabilir:¹¹⁹

- Plan, program ve strateji belgelerindeki hedefler de gözetilerek yatırımlarda devlet yardımlarına ilişkin politika oluşturmak, yatırımlarda devlet yardımları mevzuatı çerçevesinde yatırım projelerini değerlendirerek uygun görülenlerin yatırım teşvik tedbirlerinden yararlanmasını sağlamak, teşvik tedbirlerini uygulamak, uygulamak, uygulamayı takip etmek ve uygulama sonuçlarını değerlendirerek yeni politikalar oluşturmak.
- Teşvik tedbirlerinden yararlanan yatırımlarla ilgili proje bazlı gerçekleştirme değerlerini tespit etmek, sonuçlarını periyodik aralıklarla kamuoyuna duyurmak.
- Teşvik tedbirlerinin uygulanmasına yönelik hükümlere aykırı davranan yatırımcılara gerekli müeyyideleri uygulamak, uygulamak, teşvik tedbirlerinden yararlanan yatırımların gerekli görülen her aşamada mahallinde incelemesini yapmak veya yaptırmak.
- Yatırım teşvik tedbirlerini uygulamakla görevli kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak, uygulamada ortaya çıkan ihtilaflarla ilgili görüş vermek.
- 05.06.2003 tarihli ve 4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu'nda belirtilen görevleri yapmak.
- Uluslararası doğrudan yatırımlar için politika önerileri geliştirmek, uluslararası doğrudan yatırımlar rejimiyle ilgili alanlarda politika ve uygulamalar ile uyumunu sağlamak, uluslararası doğrudan yatırım politikaları açısından uluslararası kuruluşlar nezdinde Türkiye Cumhuriyeti'ni temsil etmek.
- Türkiye'ye gelen ve Türkiye'den giden uluslararası doğrudan yatırımlar için hukuki alt yapıyı ve iş birliği imkânlarını geliştirmek.

¹¹⁹ http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portallapp/pages/content/htmlViewer.jspx?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-139312&parentPage=mevzuat&_afLoop=111685176617701&_afWindowMode=0&_afWindowId=null#!%40%40%3F_afWindowId%3Dnull%26_afLoop%-3D111685176617701%26contentId%3DUCM%2523dDocName%253AEK-139312%26parentPage%3D-mevzuat%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3Dfvpdmas8_4 (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

- Yabancı ülkelerle yapılacak Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşmalarına ilişkin hizmetleri ve müzakereleri yürütmek.
- Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Koordinasyon Kurulunun ve Yatırım Danışma Konseyinin sekreteryaya hizmetlerini yürütmek, yatırımcıların yatırım ortamından kaynaklanan sorunlarının giderilmesi amacıyla ilgili kurum ve kuruluşlarla ortak çalışmalar yürütmek.
- Yatırım ortamının iyileştirilmesi alanında ikili ve çok taraflı uluslararası ilişkiler geliştirerek yabancı ülkeler ve uluslararası kuruluşlarla ortak projeler yürütmek.
- Yatırım ortamına ilişkin uluslararası analiz, inceleme ve endeksleri izlemek, değerlendirmek ve bu tür çalışmalarda kullanılacak verilere ilişkin olarak ilgili kurumlar arasında koordinasyonu sağlamak.
- OECD Çok Uluslu Şirketler Rehberi Ulusal Temas Noktası görevini yürütmek.

8.2.4. Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü

Serbest Bölgeler; ticaretin teşvik edilmesi amacıyla bir ülkede geçerli olan ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı ya da farklı uygulandığı, sınırları ve koşulları belirlenmiş alanlar olarak tanımlanabilir. Türkiye’de 1985 yılında yürürlüğe giren 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu uyarınca 1980’li yıllardan itibaren kurulmuş olan çok sayıda serbest bölge bulunmaktadır. Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü’nün sorumluluk alanı içerisinde; bu serbest bölgelerin yanı sıra yurt dışında yapılacak yatırımlar ve döviz kazandırıcı hizmetlerle ilgili politikaların oluşturulması ve uygulanması bulunmaktadır. Daha detaylı bir biçimde Genel Müdürlük görevleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir:¹²⁰

- Kalkınma planları ve yıllık programlar çerçevesinde yurt içi ve yurt dışında serbest bölgeler, lojistik serbest bölgeleri, ihtisas serbest bölgeleri, özel bölgeler, dış ticaret merkezleri ve lojistik merkezlerinin kurulması, yönetilmesi ve işletilmesi ile ilgili ilke ve politikaların tespiti konusunda çalışmalar yapmak; araştırma, planlama ve koordinasyon faaliyetlerini yürütmek.
- 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu ve buna ilişkin mevzuat çerçevesinde düzenlemeler yapmak.
- Serbest bölgeler ve lojistik merkezlerinde yapılabilecek üretim, alım-satım, depolama, kiralama, montaj-demontaj, bakım-onarım, kıyı bankacılığı, bankacılık, sigortacılık, finansal kiralama ve diğer faaliyet konularını belirlemek.
- Serbest bölgeler ve lojistik merkezlerinde faaliyet gösteren gerçek ve tüzel kişilere faaliyet ruhsatı vermek veya verilmiş belgeleri iptal etmek.

¹²⁰ http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/content/htmlViewer.jspx?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-139310&parentPage=mevzuat&_afzLoop=116656922491796&_afzWindowMode=0&_afzWindowId=null#!%40%40%3F_afzWindowId%3Dnull%26_afzLoop%-3D116656922491796%26contentId%3DUCM%2523dDocName%253AEK-139310%26parentPage%3Dmevzuat%26_afzWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3Dfvpdhas8_144 (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

- Yurt dışında yapılacak yatırımlara ve döviz kazandırıcı hizmet sektörlerinin uluslararası ticaretine ilişkin mevzuatı hazırlamak ve uygulamak.
- Yurt dışı yatırımlar ve hizmet ticaretinin gözetim, denetim ve yönlendirilmesine ilişkin önlemler almak ve bu hususlarla ilgili düzenlemeler yapmak; sektör ve ülke bazında gerekli tedbirleri almak.
- Kalkınma planları ve yıllık programlardaki ilke, hedef ve politikalar çerçevesinde döviz kazandırıcı hizmetler ticaretinin, ticarete destek hizmetlerinin ve yurt dışındaki doğrudan Türk yatırımlarının desteklenmesi ve yönlendirilmesi konularında öngörülen teşvik tedbirlerini ve devlet desteklerini hazırlamak, uygulamak, uygulamayı takip etmek ve değerlendirerek gerekli tedbirleri almak; teşvik kararları ve bu kararlara istinaden ilgili mevzuatı düzenlemek; döviz kazandırıcı hizmetler projelerini değerlendirerek uygun görülenleri teşvik belgesine bağlamak; uygulamada çıkan ihtilaflarda ilgili kuruluşlara görüş vermek, teşvik belgesi şart ve niteliklerine aykırı davranışlara gerekli müeyyideleri uygulamak.
- Döviz kazandırıcı hizmetler ticaretinde müteahhitlik, lojistik ve teknik müşavirlik hizmetlerinin geliştirilmesini sağlamak; ilgili kurum ve kuruluşları koordine etmek, bu kapsamda gerekli mevzuatı ilgili kurum ve kuruluşlarla iş birliği hâlinde uygulamak.
- Firmaların dış pazarlarda döviz kazandırıcı hizmetler ticareti ile ilgili olarak karşılaştıkları sorunlar ile diğer ülkelerde döviz kazandırıcı hizmet ihracatımıza karşı uygulanan kısıtlayıcı tedbirler ve diğer ticaret engellerinin tespitine yönelik çalışmalar yapmak; bu engellere ilişkin olarak özel sektör ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını bilgilendirmek; söz konusu engellerin ortadan kaldırılmasına veya iyileştirilmesine yönelik çalışmalar yapmak ve bu amaçla ilgili birimler arasında koordinasyonu sağlamak.

8.3. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye'nin geleceğe yönelik büyüme vizyonu kapsamında çok önem kazanmıştır. Bir sonraki bölümde aktarıldığı gibi sektör açısından büyük önem taşıyan pek çok destek ve teşvik mekanizmasını bünyesinde barındıran Bakanlık, vizyonunda en fazla önemi girişimcilik, yenilikçilik, bilimsel gelişme ve yüksek katma değerli teknoloji üretimine vermektedir.

Türkiye'nin küresel düzeyde rekabet gücünü artırmak ve dünyanın en gelişmiş on ülkesi arasına girmesi hedefine yönelik olarak Bakanlığın üstlendiği görevler şu şekilde sıralanabilir¹²¹:

- Bilim, sanayi ve teknoloji alanında politika, strateji, plan ve programlar geliştirmek ve uygulanmasını sağlamak.
- Bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde, bilimsel bilgiye dayalı düşüncenin özendirilmesini sağlamak.

¹²¹ <http://www.sanayi.gov.tr/Pages.aspx?pageID=710&lng=tr> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

- Yüksek katma değerli, ileri teknolojiye dayalı, verimli, çevreye duyarlı, dışa bağımlılığı azaltan, güvenli ve sürdürülebilir bir üretim yapısının oluşmasını sağlamak.
- Üniversite-sanayi iş birliğini geliştirmek; başta KOBİ'ler olmak üzere girişimciliğe, yenilikçiliğe ve AR-GE çalışmalarına verilen desteklerle, ülke sanayisinin teknolojik altyapısını güçlendirmek ve rekabet gücünü artırmak.
- Haksız rekabeti önlemeye ve kullanıcıları korumaya yönelik olarak güvenli ürün arzını ve dolaşımını sağlamak.

Aşağıda daha da detaylandırıldığı gibi, özellikle AR-GE ve yenilikçilik alanlarında Bakanlığın önemli destek ve teşvikleri bulunmaktadır. Bu bağlamda küresel ekonomik şartlar dâhilinde öne çıkmak isteyen işletmelerin ve özellikle de orta ve küçük ölçekli esnaf ve sanatkâr işletmelerinin Bakanlığın sunduğu imkânlardan faydalanması önem arz etmektedir.

Bakanlık organizasyon şemasına bakıldığında Müsteşar Yardımcılarına bağlı olarak faaliyet gösteren çeşitli Genel Müdürlükler ve Daire Başkanlıkları bulunmaktadır. Bunlar arasında sektör açısından en fazla önem arz edenler şunlardır: Sanayi Genel Müdürlüğü, Bilim ve Teknoloji Genel Müdürlüğü, Sanayi Bölgeleri Genel Müdürlüğü, Sanayi Ürünleri Güvenliği ve Denetim Genel Müdürlüğü ve Verimlilik Genel Müdürlüğü. Ayrıca Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri Bakanlığın yetki ve sorumlulukları kapsamında Türkiye çapında faaliyetlerini sürdürmektedir.

8.4. Millî Eğitim Bakanlığı

Millî Eğitim Bakanlığı hem örgün hem de yaygın eğitim kanallarıyla sağladığı mesleki ve teknik eğitim nedeniyle sektör açısından büyük önem taşımaktadır. Bu eğitim kanallarının sektöre ihtiyaç duyduğu nitelikli yetişmiş elemanların hazırlanmasında kilit bir fonksiyonu bulunmaktadır. Bu anlamda, Bakanlığın özellikle iki Genel Müdürlüğünün altı çizilmelidir.

8.4.1. Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü

Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğünün temel misyonu; “sosyal ve ekonomik sektörlerin iş gücü taleplerini mesleki ve teknik eğitim ile karşılamak, isteyenleri meslek sahibi yapmak, ulusal ve uluslararası standartlara uygun mesleki yeterliliğe sahip iş gücü yetiştirmek, mesleği değerli kılmak için strateji ve politikalar geliştirmek ve uygulamaktır.”¹²²

Bu bağlamda özellikle teorik ve uygulamalı eğitimin harmanlandığı, güncel gelişmelerin ve teknolojik dönüşümlerin yakından takip edildiği bir mesleki eğitim sağlamak Genel Müdürlüğün esas amaçlarından. Mesleki ve teknik eğitim konusu, detaylı olarak ilgili başlık altında ele alınmıştır.

Genel Müdürlüğün teşkilat yapılanmasına bakıldığında etkin bir iş bölümü yapıldığı göze çarpmaktadır. Genel Müdürlük bünyesinde 7 Daire Başkanlığı bulunmakta olup bunlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:¹²³

¹²² <http://mtegm.meb.gov.tr/www/misyon-ve-vizyonumuz/icerik/210> ((Erişim Tarihi: 20.7.2016))

¹²³ http://mtegm.meb.gov.tr/TR/sema_tr.asp (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

- Eğitim Politikaları Daire Başkanlığı: Makro seviyede stratejilerin ve eğitim politikalarının oluşturulması ve uygulanmasından sorumludur;
- Programlar ve Öğretim Materyalleri Daire Başkanlığı: Hangi alanlarda programların açılacağı, bu programlarda hangi ders ve konuların yer alacağı, derslerde ne tür öğretim materyalleri kullanılacağı gibi konularda yetki sahibidir;
- Sosyal Ortaklar ve Projeler Daire Başkanlığı: Mesleki ve teknik eğitim konusundaki paydaşların süreçte seslerini duyurabilmeleri, talep ve beklentilerini iletebilmelerini sağlamak ve projeler üretmekle sorumludur;
- Öğrenci İşleri ve Sosyal Etkinlikler Daire Başkanlığı: Öğrencilerin mesleki ve teknik eğitim sürecinde aktif bir şekilde yer alabilmeleri, potansiyellerini sonuna kadar keşfedebilmeleri amacıyla olanaklar yaratmakla sorumludur;
- Eğitim Ortamlarının ve Öğrenme Süreçlerinin Geliştirilmesi Dairesi Başkanlığı: Eğitim ve öğretimin kalitesinin yükseltilmesi ve özellikle de fiziksel koşulların geliştirilmesi konularında çalışmalar yapar;
- İzleme ve Değerlendirme Daire Başkanlığı: Süreçlerin takibi, denetlenmesi ve değerlendirmeler yoluyla analiz edilmesinden sorumludur;
- Kalite Geliştirme Daire Başkanlığı: Genel Müdürlüğün sağladığı hizmet ve yürüttüğü faaliyetlerin tamamındaki kaliteyi yükseltmek amacıyla çalışmalar yapar.

8.4.2. Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü

Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü¹²⁴, Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğünden farklı olarak yaygın eğitim programları düzenlemekte ve uygulamaktadır. Dolayısıyla, yalnızca örgün eğitim sistemi içerisinde bulunan ve ekseriyetle genç öğrencilerle sınırlı olmayıp her yaştan ve her kesimden gelen toplumun çok daha geniş bölümlerine eğitim olanağını sunmaktadır.

Teşkilat yapısı bünyesinde bulundurduğu birimler arasında mesleki eğitimle en doğrudan ilgisi bulunan başkanlık olan Yaygın ve Mesleki Eğitim Daire Başkanlığının görevleri şunlardır:

- Mesleki Eğitim Kanunu'na göre aday çırak, çırak, kalfa ve ustaların genel ve mesleki eğitimini sağlamak.
- Önceki öğrenmelerin belgelendirilmesi ile ilgili iş ve işlemleri yürütmek.
- Mesleki Eğitim Kurulu sekreteryaya görevini yapmak ve genel müdürlük adına gerekli çalışmaları yapmak.
- Belgelerin denkliği ile ilgili iş ve işlemleri yürütmek.

¹²⁴ 02.12.2016 tarihli ve 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname gereği aday çırak, çırak, kalfa ve ustaların genel ve mesleki eğitimlerinin sağlanması Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü görevleri arasında yer almaktadır.

- Ulusal Yeterlilik Sistemi ile ilgili çalışmaları yapmak, Mesleki Yeterlilik Kurumuyla iş birliği yapmak.

8.5. Kalkınma Bakanlığı

Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığında olduğu gibi ülke ekonomisine bütünsel bir bakışı benimseyen ve bütün sektörlerle ilişki içinde bulunan bir bakanlıktır. Aşağıdaki bölümde Bakanlığın sektörle ilgili faaliyet ve programlarından daha detaylı şekilde bahsedilmiştir. Burada kısaca, Bakanlığın misyon ve vizyonu ile yapılanmasından bahsedilecektir.

Bakanlığın misyonu “ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasının hızlandırılması, dengeli ve sürdürülebilir kılınması için kalkınma sürecini katılımcı bir yaklaşımla planlayarak hükümete müşavirlik yapmak ve toplumun tüm kesimlerine yol göstermek” olarak tanımlanmıştır.¹²⁵ Bakanlığın vizyonu ise “kalkınmayı bütüncül bir yaklaşımla tasarlayan ve yönlendiren, politika ve strateji üretimine ve koordinasyonuna yoğunlaşmış, uzmanlığa dayalı, yenilikçi ve öncü bir kurum olmaktır.”¹²⁶

Oldukça fazla sayıda birimi bünyesinde barındıran Bakanlık teşkilat yapılanmasında, Müsteşar Yardımcılarına bağlı 8 Genel Müdürlük bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir: Yıllık Programlar ve Konjonktür Değerlendirme Genel Müdürlüğü; Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü; İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü; Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü; Yatırım Programlama, İzleme ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü; Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü; Dış Ekonomik İlişkiler Genel Müdürlüğü ve Yönetim Hizmetleri Genel Müdürlüğü.

8.6. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı sektör ve sektördeki işletmeler açısından özellikle iki Genel Müdürlüğü bağlamında önem teşkil etmektedir.

8.6.1. Çalışma Genel Müdürlüğü

4857 sayılı İş Kanunu başta olmak üzere çeşitli mevzuatla yetki ve sorumlulukları belirlenmiş olan Genel Müdürlüğün görevleri şunlardır:

- Bakanlığa intikal eden işçi şikâyetleri ile ilgili müracaatları incelemek; gerekenleri Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüklerine göndererek şikâyetlerin Bakanlığın İş Müfettişlerince incelenmesini sağlamak ve sonuçlarını takip etmek.
- İşçi, işveren ilişkilerini düzenlemek, çalışma barışını sağlayıcı tedbirleri almak.
- Çalışma mevzuatı ve istihdam politikası ile ilgili tasarıları ve kalkınma planları ile yıllık programlarda yer alan genel politika içinde mahalli ve sektörel bazda istihdam programlarını hazırlamak.

¹²⁵ http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/TanitimKitabi/Attachments/1/KB_tan%C4%B1t%C4%B1m_kitab%C4%B1.pdf, s:3 (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

¹²⁶ A.g.k.

- Her iş kolunda çalışan, sendikalara üye olan ve olmayan işçilerin sayıları ile bunların sendikalara dağılımını her yıl ocak ve temmuz aylarında çıkarılan istatistiklerde göstermek.
- Yetki tespitlerini yapmak ve yetki belgelerini vermek.
- İstihdamdaki gelişmeleri izlemek ve istihdam sağlayıcı tedbirleri almak, üretimde emek verimliliğini yükselten politikalar geliştirmek.

8.6.2. İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü

Genel Müdürlük her sektörde çalışanların sağlığı ve güvenliği ile ilgili çalışmalar yapmakla sorumludur. Özellikle 2012 yılında çıkarılan ve sektördeki işletmelerin tamamı açısından çeşitli sorumluluklar ortaya çıkaran 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile Genel Müdürlüğün önemi bir kat daha artmıştır.

Genel Müdürlüğün görevleri şunlardır:

- İş sağlığı ve güvenliği konularında, mevzuatın uygulanmasını sağlamak ve mevzuat çalışması yapmak.
- Ulusal politikalar belirlemek, bu politikalar çerçevesinde programlar hazırlamak.
- Etkin denetim sağlamak amacıyla gerekli önerilerde bulunmak, sonuçlarını izlemek.
- Üretilen ve ithal edilen kişisel koruyucu donanımların piyasa gözetimi ve denetimini yapmak, bu hususlarda usul ve esasları belirlemek.
- İş sağlığı ve güvenliği ile iş kazaları ve meslek hastalıklarının önlenmesi konularında inceleme ve araştırma çalışmalarını planlamak, programlamak ve uygulanmasını sağlamak.
- Mesleki eğitim görenler, rehabilite edilenler, özel risk grupları ve kamu hizmetlerinde çalışanlar da dâhil olmak üzere tüm çalışanların iş kazaları ve meslek hastalıklarına karşı korunmaları amacıyla gerekli çalışmaları yaparak tedbirlerin alınmasını sağlamak.
- İş yerindeki sağlık ve güvenlik risklerini önlemek ve koruyucu hizmetleri yürütmek üzere görevlendirilecek iş yeri hekimleri, iş güvenliği uzmanları ve diğer görevlilerin iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili eğitim ve belgelendirme usul ve esaslarını belirlemek.
- İş sağlığı ve güvenliği alanında ölçüm, analiz, teknik kontrol, risk analizi ve değerlendirmesi, eğitim, danışmanlık, uzmanlık hizmetlerini yapmak ve bu tür hizmetleri verecek özel ve tüzel kişi ve kuruluşların niteliklerini belirlemek, yetki vermek, yetkilerini iptal etmek, kontrol ve denetimini sağlamak.
- İş yeri hekimi, iş güvenliği uzmanı, diğer teknik ve sağlık personel ile işçilere eğitim vermek için kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler ve Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre faaliyet gösteren şirketler ile ortak sağlık ve güvenlik birimlerini yetkilendirmek; gerektiğinde yetkilerini iptal etmek; hizmetin etkin ve verimli bir

şekilde verilip verilmediğinin kontrol ve denetimini sağlamak; iş yeri hekimi ve iş güvenliği uzmanının eğitimleri sonundaki sınavları yapmak veya yaptırmak, belgelerini vermek.

8.7. Maliye Bakanlığı

Maliye Bakanlığı ekonomide faaliyet gösteren her bir işletmenin ilişki içinde bulunduğu bir bakanlıktır. Her ilde ve ilçede bulunan defterdarlık ve mal müdürlükleri vasıtasıyla Türkiye'nin tamamına yayılmış bir teşkilatlanmaya sahip olan Bakanlık, vergilerin toplanması ve denetlenmesi, mali politikaların belirlenmesi, mali suçlarla mücadele gibi çok çeşitli görevlere sahiptir.

8.8. Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları

Yukarıda ele alınan bakanlıkların dışında sektörle doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili olan ve sektördeki esnaf ve sanatkârlar açısından da önem arz eden kamu kurum ve kuruluşları bulunmaktadır. Bunlardan öne çıkanları şunlardır:

8.8.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

KOSGEB 1990 yılında kabul edilen 3624 sayılı KOSGEB Kanunu ile kurulmuş bir kamu kuruluşudur. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile ilgili bir kamu kuruluşu olmakla birlikte, tüzel kişiliği haiz ve bütün işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabidir.

KOSGEB'in temel misyonu KOBİ ve girişimcilerin rekabet güçlerini geliştirecek destek ve hizmetler sunarak ekonomik ve sosyal kalkınmadaki paylarını artırmaktır.¹²⁷ KOSGEB bünyesinde hazırlanmış ve KOBİ'lere sunulmakta olan destek ve teşvik projeleri aşağıda kısaca sıralanmış ve raporun Teşvik ve Destekler başlığı altında detaylı şekilde açıklanmıştır.

8.8.2. Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği (TESKOMB)

KOBİ'lerin finansman ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan Teskomb 26.08.1970 tarihinde tüzel kişiliğini kazanmıştır.

Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri, esasen, esnaf ve sanatkârın finansman ihtiyacına cevap vermek üzere kurulmuş ve 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'na tabi olan özel hukuk tüzel kişiliğine sahip kuruluşlardır. Bu kuruluşların amacı özellikle küçük esnaf ve sanatkârlar için erişilmesi güç ve masraflı olabilecek finansman olanağını sağlamaktır. Bu amaçla, esnaf ve sanatkâra mesleki faaliyetleri için gerekli krediyi sağlamakta ya da kredi ve banka teminat mektubu almak üzere kefil olmaktadır.

8.8.3. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)

TÜBİTAK genelde ekonomi ve özelde de sektörle daha ziyade dolaylı yoldan ilgili olan bir kamu kurumudur. Toplumun yaşam kalitesinin artmasına ve Türkiye'nin sürdürülebilir

¹²⁷ <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/337/vizyon-ve-misyon> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

gelişmesine hizmet eden, bilim ve teknoloji alanlarında yenilikçi, yönlendirici, katılımcı ve paylaşımcı bir kurum olma vizyonunu benimseyen TÜBİTAK, akademik ve endüstriyel araştırma geliştirme çalışmalarını ve yenilikleri desteklemek, ulusal öncelikler doğrultusunda araştırma-teknoloji-geliştirme çalışması yürüten AR-GE enstitülerini işletme işlevlerinin yanı sıra, ülkenin bilim ve teknoloji politikalarını belirlemekte ve toplumun her kesiminde bu farkındalığı artırmak üzere kitaplar ve dergiler yayınlamaktadır.

TÜBİTAK tarafından sağlanan AR-GE destekleri ilgili başlık altında detaylı şekilde ele alınmıştır.

8.9. Sektörle İlgili Meslek Kuruluşları

Deri, giyim ve ayakkabı sektörüyle ilgili çok sayıda meslek kuruluşu bulunmaktadır. Bunların arasından öne çıkanlar şunlardır:

8.9.1. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)

TESK yasal statü olarak Kanunla kurulmuş kamu kurumu niteliğinde bir meslek kuruluştur. 1964 yılında yürürlüğe giren 507 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu ile bugünkü yapısına kavuşmuş olan TESK'in kuruluşu 1943'e, kadar gitmektedir.

TESK'in amaçları şunlardır:¹²⁸

- Esnaf ve sanatkarlar odaları, birlikleri ve federasyonları arasında birliği temin, gelişme ve ilerlemeyi sağlamak,
- Genel olarak esnaf ve sanatkarların çalışmalarını mesleki yönden ve kamu yararına uygun olacak şekilde düzenlemek ve bu hususta gerekli görülecek her türlü tedbiri almak ve teşebbüste bulunmak,
- Mesleki eğitimlerini geliştirmek, esnaf ve sanatkarları yurt çapında ve uluslararası düzeyde temsil etmek,
- Sorunlarının çözümü için ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar nezdinde gerekli girişimlerde bulunmak,
- Ulusal ekonomideki gelişmelere paralel olarak lüzumlu görülecek mesleki tedbirleri almak.

Bu amaçlar doğrultusunda TESK'in görevleri ise şu şekilde sıralanabilir:

- Birliklerin, federasyonların ve gerektiğinde odaların çalışmalarını, mevzuat ve ana sözleşmeleri esasları içinde yürütülmesini sağlamak için lüzumlu görülecek zamanlarda hesap ve işlemlerini incelemek ve alınması gerekli tedbirler hakkında bildirimde bulunmak; birlik ve federasyonların, gelecek yıl çalışma programları ile yıl sonu bilanço ve gelir ve gider cetvellerini değerlendirmek ve bu kuruluşlara yol gösterici tavsiyelerde bulunmak.

¹²⁸ <http://www.tesk.org.tr/tr/hakkinda/amaci.php> (Erişim Tarihi: 20.7.2016)

- Üyeleri hakkında gerekli bilgilerin Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında (ESBİS) düzenli olarak bulunmasını sağlamak; resmî ve özel mercilerce lüzumlu görülecek konularda istenecek bilgi ve mütalaayı vermek; mensuplarının genel mesleki menfaatlerini ilgilendiren konularda, adli ve idari yargı mercileri önünde Konfederasyon genel başkanı marifetiyle Konfederasyonu temsil etmek.
- Birlikler veya birliklerle federasyonlar arasında çıkacak anlaşmazlıkları incelemek ve çözüme kavuşturmak; çözüme kavuşturulamayan hususları Bakanlığa intikal ettirmek.
- Konfederasyon topluluğu içindeki kuruluş mensuplarının, meslek ve sanatlarının yürütülmesi için gerekli ve faydalı görülecek tedbirleri almak ve teşebbüslerde bulunmak.
- Konfederasyon personelinin tüm bilgilerini, Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında (ESBİS) takip etmek; genel sekreter ve diğer personelin atanma, terfi, cezalandırılma ve görevlerine son verilmesine karar vermek.
- Esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşlarını ilgilendiren konularda hazırlanacak mevzuat hakkında, gerektiğinde Konfederasyon görüşünü oluşturmak ve ilgili makama sunmak.
- Ülke içinde ve dışında sergi ve fuarlar düzenlemek, desteklemek, katılmak ve Bakanlık izni alınmak şartıyla, ülke dışındaki mesleki kuruluşlara üye olma çalışmaları yapmak.
- Esnaf ve sanatkârlar ile Konfederasyona bağlı kuruluşların ihtiyacı olan yardım ve kredileri sağlamak için gerekli girişimlerde bulunmak.
- Esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşlarının muhasebe ve personel ile gereken diğer konularda yönetmeliklerini hazırlamak.
- Meslek standartlarının belirlenmesi konusunda Millî Eğitim Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Türk Standartları Enstitüsü ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile iş birliği yapmak.
- Millî Prodüktivite Merkezi, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı ve benzeri kuruluşların kurullarına katılacak delegeyi tespit etmek.
- Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesi'ni Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında (ESBİS) yayınlamak, mesleki yayında bulunmak.
- Birlik ve federasyonlarca gönderilen uyulması zorunlu mesleki kararları, Bakanlık onayına sunmak.
- Federasyon, birlik ve odalarda Konfederasyon tarafından yapılan denetimler sonucunda, organ üyelerinin ve görevli personelin sorumlu görülmesi hâlinde, sonuç hakkında Bakanlığa bilgi vermek.

- Konfederasyon katılma payının ve kayıt ücretinin, birlik ve federasyonlardan elektronik ortamda işlem sırasında tahsilini sağlamak.
- Kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin yaşatılması ve korunması için gerekli tedbirleri almak, konuyla ilgili olarak Bakanlığı bilgilendirmek.

8.9.2. Türkiye Terziler, Konfeksiyoncular ve Giyim Sanatkârları Federasyonu

Bir meslek federasyonunun kurulabilmesi için, ülke genelinde aynı meslek dalında kurulmuş olan odaların %60'ının genel kurullarının federasyon kurulması yönünde karar almaları ve kurucu oda adedinin 40'dan az olmaması gerekmektedir. Ayrıca, bir federasyon kurulma talebi oluştuğunda Konfederasyonun (TESK) görüşü alınmaktadır. Aynı faaliyet konusunda birden fazla federasyon kurulamaz.

Merkezi Ankara'da bulunan Federasyon, faaliyetlerini, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu hükümlerine tabi bir şekilde yürütmektedir. Federasyonun hâlen il ve ilçe düzeyinde kurulmuş 145 odası, 60 bin civarında kayıtlı esnaf ve sanatkârı bulunmaktadır.

8.9.3. Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu

Türkiye'nin her bölgesinde yer alan ayakkabıcılar vb. meslek odalarının üye olduğu Federasyon, ayakkabı sektöründeki tek mesleki federasyon konumundadır.

Başlıca amaçları; Türkiye'deki ayakkabıcılar meslek odaları arasında koordinasyonu sağlamak, ayakkabı sektöründeki esnaf ve sanatkârın haklarını savunmak, sektörün gelişmesine katkıda bulunmak ve Federasyon üyelerinin ihracat hacimlerini artırmaları için çalışmalar yapmaktır.

8.9.4. Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birlikleri (ESOB)

Aynı ilde kurulan esnaf ve sanatkârlar odalarının, aralarındaki dayanışmayı temin etmek ve bu odaların il genelinde iş birliği ve ahenk içerisinde çalışmalarını ve gelişmelerini sağlamak ve o ilin esnaf ve sanatkârlarını temsil etmek amacıyla il merkezlerinde kuracakları esnaf ve sanatkârlar odaları birliklerine, ESOB adı verilmektedir. Hâlen her ilimizde esnaf ve sanatkârlarımıza hizmet etmek amacıyla kurulmuş bulunan ve faaliyetlerini sürdüren birer (İstanbul'da 2) olmak üzere toplam 82 ESOB mevcuttur.

8.9.5. Esnaf ve Sanatkârlar Odaları

Kısaca "Oda" olarak da adlandırılan bu en küçük ölçekli mesleki kuruluşlar, genellikle aynı ya da yakın faaliyet alanlarındaki mesleklerdeki esnaf ve sanatkârın bir araya gelerek kurdukları meslek kuruluşlarıdır. Aynı mesleği icra eden esnaf ve sanatkâr sayısının fazla düşük olduğu yerlerde Oda kurma şartlarını sağlayabilmek amacıyla farklı mesleklerden kişilerin bir araya gelerek kurdukları "karma odalar" da mevcuttur. Hukuki yapıları 5362 sayılı Kanun'la düzenlenen Odaların amacı; üyelerinin ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki anlamda

yapılan işlerini kolaylaştırmak, mesleğin çıkarlarını korumak, meslektaşların birbirleri ile iletişim kurmasını ve dayanışmasını sağlamaktır. Türkiye çapında il ve ilçe düzeyinde kurulmuş 3 binin üzerinde meslek odası bulunmaktadır.

8.10. Sektörle İlgili Sivil Toplum Kuruluşları

Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü ile ilgili olan, genellikle bu sektörde faaliyet gösteren kişilerin kurmuş oldukları çok çeşitli ve çok sayıda Sivil Toplum Kuruluşu (STK) bulunmaktadır. Bunların tamamını bir listede sıralamak mümkün değilken, STK'ları iki ana kategori içerisinde değerlendirmek mümkündür:

8.10.1. Dernekler

Sektör içinde genellikle aynı mesleği icra edenler tarafından kurulan bu derneklerin amacı üyeleri arasında sosyalleşme olanakları doğurarak yardımlaşma, dayanışma, mesleki iş birliği, bağlantı kurma vs. faydalar sağlamaktır. Bu dernekler aynı zamanda, mesleğin sektör içinde ve dışında daha etkin biçimde temsil edilmesi ve profilinin yükseltilmesi amaçlarını da gütmektedirler.

Bu derneklere örnek olarak aşağıdakiler sıralanabilir:

- Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği
- Türkiye Deri Sanayicileri Derneği
- Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği
- Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği
- Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
- Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği

8.10.2. Sendikalar

Genellikle işverenlerin kurdukları meslek odaklı derneklerden farklı olarak, sektörde çok sayıda aktif sendika da bulunmaktadır. Sendikaların amacı işçilerin çalışma yaşamına ilişkin sorunlarını çözmek, ortak çıkarlarını ve haklarını korumak ve geliştirmektir. Sendikalar genellikle, üyeleri olan işçilerin etnik, dini, siyasi farklılıklarına aldırmaksızın sınıfsal anlamda örgütlenen bir kitle örgütüdür. Sektördeki sendikalar arasından öne çıkanlar şu şekilde sıralanabilir:

- Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
- Tekstil İşçileri Sendikası
- Türkiye Tekstil, Örme ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası
- Deri Dokuma ve Tekstil İşçileri Sendikası
- Türkiye Deri Sanayii İşverenler Sendikası

8.11. Kurum/Kuruluşların Sektörlere Yönelik Faaliyetleri, Eylem Planları ve Projeleri

8.11.1. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

- **Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü**

- **Esnaf ve Sanatkâr Bilgi Sistemi (ESBİS):** ESBİS, Esnaf ve sanatkârların sicil işlemleri ile esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşlarının faaliyetleriyle ilgili ihtiyaç duydukları her türlü iş ve işlemlerin, elektronik ortamda online olarak gerçekleştirildiği bir sistemdir. Bu sistem ile sağlanan istatistiki bilgilerle esnaflarla ilgili politika üretmeye yardımcı olmayı; bakanlığın esnafla ilgili mesleki eğitim ve destekler dâhil olmak üzere geleceğe dönük sağlam stratejiler üretmesine katkı sağlamayı; esnaf ve sanatkârlarla ilgili sicil işlemlerinin yürütülmesinde harcanan zamanı ve maliyeti azaltmayı ve meslek kuruluşlarının iş ve işlemlerinin merkezi olarak denetiminin sağlanabilmesini amaçlamaktadır.

<http://esnaf.gtb.gov.tr/faaliyetler/esbis/esnaf-ve-sanatk%C3%A2r-bilgi-sistemi-esbis>

- **Esnaf ve Sanatkârlara Sunulan Hizmetlerinin Etkinlik ve Verimliliğinin Artırılması Projesi (ESHEP):** Bu projenin amacı, esnaf ve sanatkârlara hizmet sunan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ile Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü'nün faaliyetlerinde etkinlik, verimlilik ve ekonomikliğin artırılması; esnaf ve sanatkârların beklentilerini karşılayacak hizmet çeşitleri ve bu hizmetlerin nasıl sunulacağı'nın belirlenmesi; bu meslek kuruluşlarına üyelik ve sicil kayıt işlemlerinin nasıl olması gerektiğinin tespit edilmesi ve tüm bu hususlara ilişkin yol haritasının çizilmesidir.

<http://esnaf.gtb.gov.tr/faaliyetler/eshep/eshep>

- **Esnaf ve Sanatkârlar Değişim, Dönüşüm, Destek (3D) Strateji Belgesi ve Eylem Planı (ESDEP):** Bu projenin amacı, esnaf ve sanatkârların değişim ve dönüşüm yönünün belirlenmesi amacıyla; büyümeyi, sürekli gelişmeyi ve kalıcı olmayı hedefleyen, ahlaki değerlerden ödün vermeyen, ulusal ve uluslararası gelişmeleri takip eden, teknolojiyi kullanmak ve müşteri ile birebir ilişki kurmak suretiyle müşteriye özel mal ve hizmet üretebilen, iş birliği ve ortak çalışmaya açık olan bir esnaf ve sanatkâr vizyonu oluşturmaktır.

<http://esnaf.gtb.gov.tr/faaliyetler/esdep/esdep-ve-kazanimleri>

- **Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizi Projesi:** Bu projenin amacı, sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumlarını, sorunlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini tespit etmek; tespit edilen sorunlara çözüm önerileri geliştirmek; sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların rekabet gücünün artırılabilmesi için sektördeki yurt içi ve yurt dışı iyi uygulamaların, yeni akımların, yönetsel ve teknolojik gelişmeler tespit etmek; bu çerçevede sektör vizyonunu ortaya koymak ve sektörü bu vizyona taşıyacak gelişme eksenlerini tanımlamaktır.

<http://esnaf.gtb.gov.tr/haberler/sektor-analizleri-projesi-tanitim-toplantisi-gercekles-tirildi>

- **Esnaf ve Sanatkârlar Teşvik ve Destek Sistemi (ESDES):** Bu projenin amacı, mevcut kredi ve destek imkânlarının esnaf ve sanatkârlar açısından avantajlı ve dezavantajlı yönlerinin belirlenmesi, değerlendirmesi ve önceliklendirilmesi ve esnaf ve sanatkârların kredi ve destek mekanizmalarına erişiminin kolaylaştırılmasına yönelik öneriler oluşturulmasıdır.

<http://esnaf.gtb.gov.tr/yayinlar/esdes-projesi-kapsaminda-gerçekleştirilen-yurtdisi-ziyaretlerinin-raporlari>

- **İç Ticaret Genel Müdürlüğü**

- **Büyüyen Anadolu'ya Kredi Kolaylıkları (BAKK) Projesi:** AB ve Avrupa Yatırım Bankası Grubu ile iş birliği kapsamında yürütülen proje ile Anadolu'nun çoğunlukla az gelişmiş bölgelerinde kurulacak veya hâlihazırda faaliyet göstermekte olan mikro işletmelere ve KOBİ'lere finansmana erişim kolaylığı sağlanması hedeflenmektedir.

<http://icticaret.gtb.gov.tr/proje-eylem-ve-faaliyetler/buyuyen-anadoluya-kredi-kolayliklari-bakk-projesi>

- **Merkezî Sicil Kayıt Sisteminin (MERSİS) Ülke Çapında Uygulamaya Alınması:** MERSİS ile her türlü işletme de dâhil olmak üzere tüzel kişiliklerle ilgili kamu kurumlarınca ihtiyaç duyulan tüm bilgilerin tek bir sistem içinde toplanması, oluşturulacak bu bilgi sistemi sayesinde kamu kurumlarının uygulamalarında kolaylık ve eşgüdüm sağlanması, ayrıca sistemde tutulan bilgilerin uluslararası standartlara uyumla hâle getirilmesi amaçlanmaktadır.

<http://icticaret.gtb.gov.tr/proje-eylem-ve-faaliyetler/projeler/merkezi-sicil-kayit-sisteminin-mersis-ulke-capinda-uygulamaya-alinmasi>

- **Elektronik Ticaretin Yasal Altyapısının Oluşturulması:** Küreselleşmiş ve bilgi teknolojilerini yoğun biçimde kullanan günümüz ekonomisinde, elektronik ticaret büyük önem taşımaktadır. Bu proje Türkiye'de elektronik ticaretin yaygınlaştırılması ve kolaylaştırılması için gerekli olan yasal altyapının oluşturulmasını amaçlamaktadır.

<http://icticaret.gtb.gov.tr/proje-eylem-ve-faaliyetler/faaliyetler/elektronik-ticaretin-yasal-altyapisinin-olusturulmasi>

- **Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü**

- **Kadın Kooperatifleri Tanıtım ve Kapasite Geliştirme Projesi (KADIN-KO-OP):** Bu projenin temel amaçları kooperatifler aracılığıyla kadın istihdamının artırılması ve gizli kadın emeğinin değerlendirilerek ekonomiye katılımının sağlanması; kadınların kooperatifler aracılığı ile ekonomik özgürlüğe kavuşturulması; kooperatifçilik hareketinin yayılmasını sağlanarak demokratik yönetim anlayışının kadınlar arasında da yerleşmesine aracılık edilmesi; kooperatif örgüt-

lenmeler aracılığıyla kadın iş gücü istihdamının arttırılması ve mevcut girişimci kadınların kurduğu kooperatiflerin kapasitelerinin güçlendirilerek profesyonel işletmeler hâline getirilmesidir.

<http://koop.gtb.gov.tr/faaliyetlerimiz/projelerimiz/kadin-kooperatifleri-tanitim-ve-kapasite-gelistirme-projesi-kadinkoop>

- **Kooperatif Bilgi Sistemi (KOOP-BİS):** KOOP-BİS'in oluşturulmasıyla kooperatiflerle ilgili her türlü bilginin elektronik ortama aktarılması, online olarak sürdürülebilir hâle getirilmesi; kooperatifçilik sektörüne ilişkin sağlıklı verilerin elde edilmesi; kooperatiflerle ilgili politikalar üretilmesinde kullanılacak raporların oluşturulması ve diğer kamu kurum ve kuruluşları ile karşılıklı bilgi paylaşımının sağlanması amaçlanmaktadır.

<http://koop.gtb.gov.tr/faaliyetlerimiz/projelerimiz/kooperatif-bilgi-sistemi-koopbis>

- **Kooperatiflerin Desteklenmesi Projesi (KOOP-DES):** Bu proje çerçevesinde, kooperatiflerin ve üst kuruluşlarının üretim ve istihdama katkı sağlayacak projelerinin desteklenmesi suretiyle kendi öz kaynakları ile yapamadıkları projelerinin hayata geçirilmesine katkıda bulunulması, faaliyetlerinde etkinlik ve verimlilik sağlanması; kadın, çevre, kültür ve işletme kooperatifleri gibi iş gücüne katılamamış kadınların kurduğu kooperatiflerin örgütlenmelerinin teşvik edilerek, bu kooperatiflerin etkinliklerinin artırılması ve kooperatiflerin ve üst kuruluşlarının teknolojiyi takip etmeleri ve yeni üretim teknikleri geliştirmelerine katkıda bulunulması hedeflenmektedir.

<http://koop.gtb.gov.tr/koopdes/koopdes>

- **Kooperatif Girişimciliği Eğitim Projesi (KOOP-GİR):** Kooperatif kurulmasına önderlik edebilecek kişileri harekete geçirebilmek amacıyla kooperatif girişimciliği eğitimi verilmesini içeren bu proje ile hedeflenenler; kooperatif işletmelerle ilgili farkındalık yaratılması, kooperatifler aracılığıyla küçük sermayenin ve atıl iş gücünün ekonomiye katılımının sağlanması, kooperatifçilik hareketinin yayılması sağlanarak demokratik yönetim anlayışının toplumda yerleşmesine aracılık edilmesi ve kooperatif örgütlenmeler aracılığıyla istihdamının arttırılmasıdır.
- **Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü**
 - **İthalatta Risk Esaslı Denetim Sistemi (GTB-İRİS):** GTB-İRİS ithalat aşamasında yürütülen denetim, uygunluk ve izin işlemlerinin elektronik ortamda ve risk analizi esaslı olarak yapılması amacıyla kurulan internet tabanlı uygulamadır. Bu uygulamayla her partinin fiziki olarak denetlenmesi anlayışı yerine, belirlenen kıstaslara göre, ithalata konu ürünlerden riskli olanlar elektronik ortamda GTB-İRİS tarafından belirlenmekte ve denetimler bu ürünler üzerine yoğunlaşmaktadır. Sistemin Tek Pencere Sistemi'ne entegre olmasından dolayı gümrüklerde belgesiz işlem gerçekleştirilerek ithalatçıların karşı karşıya olduğu bürokratik işlemlerin azaltılması hedeflenmektedir.

[http://tuketici.gtb.gov.tr/data/57249d131a79f5c7cc986a33/iris%20kullan%-C4%B1c%C4%B1%20rehberi%20\(1\).pdf](http://tuketici.gtb.gov.tr/data/57249d131a79f5c7cc986a33/iris%20kullan%-C4%B1c%C4%B1%20rehberi%20(1).pdf)

- **Ürün Güvenliği:** Bazı tüketici ürünlerinin piyasa gözetimi ve denetimi bu genel müdürlük tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda ürünün piyasaya arzı veya dağıtımı aşamasında veya ürün piyasada iken ilgili teknik düzenlemeye uygun olarak üretilip üretilmediğinin, güvenli olup olmadığının denetlenmesi veya denetletirilmesi gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda Bakanlığın sorumluluğunda olan ürün grupları içinde ilk iki sıra hazır giyim ile tekstil ve ayakkabıya aittir.

<http://tuketici.gtb.gov.tr/piyasa-gozetimi-ve-denetimi/urun-guvenligi>

8.11.2. Ekonomi Bakanlığı

- **KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi:** Uzun adı ile “Ağ Oluşturma ve Bölgerlerarası İşbirliği için KOBİ’lerin Güçlendirilmesine Yönelik Teknik Yardım Projesi”, 22 Şubat 2011 tarihinde çalışmalarına başlamıştır. Ekonomi Bakanlığının faydalanıcı kuruluş olduğu ve 5 milyon avro toplam bütçeye sahip proje, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından ortak finanse edilmektedir.

<http://www.smenetworking.gov.tr/>

- **Girdi Tedarik Stratejisi (GİTES) ve Eylem Planı (2013-2015):** GİTES ve Eylem Planı, yatırıma ve işe başlanılması süreçleri içinde gerek genel ve gerekse sektöre özel olmak üzere; Bakanlar, Kamu Kurum ve Kuruluşları, Düzenleme ve Denetleme Üst Kurulları, Mahalli İdareler ve benzeri makamlardan alınan her türlü izin, ruhsat, lisans, rapor, sertifika ve benzeri belgelerin alınmasında yaşanan sorunların çözümlenmesi, sürelerin basitleştirilmesi, mükerrer izin ve belgelerin kaldırılması, süreç maliyetlerinin azaltılması, bunlarla ilgili vergi, resim harç ve benzeri giderlerin azaltılarak “Girdi tedarikini güvence altına almış, ara malı üretiminde yetkinliğini arttırmış bir ekonomi” vizyonu benimsenmiştir.

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121225-28-1.pdf>

- **İhracat Destekleri:** İhracatın artırılması ve uluslararası ticarete daha etkin bir rol edinilmesi temel amaçlarından hareketle, Bakanlığın İhracat Genel Müdürlüğü üzerinden ihracat destekleri sağlamaktadır. Bu çerçevede mevcut destek unsurları ve detaylı bilgi, aşağıdaki Teşvik ve Destekler başlıklı bölümde yer almaktadır.

<https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/destekler/ihracatDestekleriD>

- **Yatırım Teşvik Programı:** Türkiye’nin 2023 vizyonu ile üretim ve ihracat odaklı büyüme stratejisi bakımından büyük önem taşıyan yatırım teşvik programı, kalkınma planları ve yıllık programlarda öngörülen hedeflere uygun olarak tasarrufları katma değeri yüksek yatırımlara yönlendirmek; üretimi ve istihdamı artırmak; uluslararası rekabet gücünü artıracak ve araştırma-geliştirme içeriği yüksek büyük ölçekli yatırımlar ile stratejik yatırımları özendirmek; uluslararası doğrudan yatırımları artırmak; bölgesel gelişmişlik farklılıklarını azaltmak; kü-

melenme ve çevre korumaya yönelik yatırımları özendirmek amaçlarını gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Teşvik ve Destekler başlıklı bölümde, mevcut teşvik unsurlarına ait detaylı bilgi yer almaktadır.

https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/destekler/yatirimTevvikD/yatirimTevvik-Genel_BilgiD

- **Hizmet Sektörü Destekleri:** Hizmet sektörüne yönelik tasarlanan bu destekler de hizmet sektörünün gelişmesi ve özellikle döviz kazandırıcı hizmetlerinin ticaretinin artırılması amacını taşımaktadır. Bu kapsamdaki destekler şunlardır:

<https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/destekler/hizmetsektorudest>

- Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticareti Desteği
- Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanacak Devlet Yardımları Desteği
- Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Desteği
- **Deri Tanıtım Grubu:** Bakanlık tanıtım grupları kurularak belli ürünlerin uluslararası arenada tanıtılması stratejisi dâhilinde Deri Tanıtım Grubu'nu kurulmuştur. Bu grup çeşitli faaliyetler yaparak, Türkiye deri sanayisinin tanıtılmasını, deri üreticilerinin de ihracat potansiyelinin artırılmasını hedeflemektedir.

<http://turkishleatherbrands.com/tr/index.php>

8.11.3. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

- **Bilim ve Teknoloji Gelen Müdürlüğü**

Genel Müdürlük yetki alanı dâhilinde AR-GE çalışmaları, teknoloji kullanımı ve yenilikçi uygulamalar desteklenmektedir. Bu kapsamda öne çıkan destekler şunlardır:

- Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı
- Rekabet Öncesi İşbirliği Projeleri
- AR-GE Merkezleri
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri

- **Sanayi Bölgeleri Genel Müdürlüğü**

Organize sanayi bölgeleri (OSB), sanayi siteleri ve benzeri kümelenme örnekleriyle ilgili çalışmaları ve hizmetleri bulunan Genel Müdürlüğün sektöre ilgili çalışma ve hizmetleri şunlardır:

- OSB Bilgi Sistemi
- Sanayi Sitesi Teşvikleri
- Kredi Desteği
- Emlak Vergisi Muafiyeti
- Çevre Temizlik Vergisi İndirimi

- Bina İnşaat Harcı ve Yapı Kullanma İzni Harcı İstisnası
- Kurumlar Vergisi Muafiyeti
- KDV İstisnası
- Küçük Sanayi Sitesi Yatırım Proje Destekleri
- Kümelenme Destek Programı
- **Sanayi Genel Müdürlüğü**
 - **Türkiye Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2015-2018):** Bu belge “tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri (THD) sektörlerinde teknoloji ve tasarım içeren ürünlerde dünya pazarlarında lider ülke olmak” vizyonu çerçevesinde, “THD sektörlerini katma değeri yüksek, yenilikçi, bilgi ve ileri teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile rekabetçiliği artırarak dünya ticaretinden daha fazla pay alan sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmak” genel amacını benimsemiştir. Bu vizyonu hayata geçirmek için detaylı bir plan ortaya koyan belge, uygulama süreci için de bir “Uygulama, İzleme ve Değerlendirme Mekanizması” oluşturmuştur.

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/06/20150625-6-1.pdf>

8.11.4. Millî Eğitim Bakanlığı

Bakanlık sektör açısından hayati önem taşıyan mesleki ve teknik eğitim konularında çok önemli çalışmalar yürütmektedir. (bkz. 5.2. Mesleki ve Teknik Eğitim başlığı.)

8.11.5. Kalkınma Bakanlığı

Kalkınma Bakanlığı kısa, orta ve uzun vadeli stratejiler içeren çok sayıda plan ve program tasarlamakta ve yayınlamaktadır. Bu plan ve programların çoğunda sektörle ilgili değerlendirme ve planlamalar da yer almaktadır.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/EylemVeDigerPlanlar.aspx#>

- **Onuncu Kalkınma Planı:** 2014-2018 yıllarını kapsayan Onuncu Kalkınma Planı dâhilinde sektörle dolaylı olarak ilgili pek çok madde bulunmakla birlikte; Madde 267 doğrudan sektörle ilgilidir: “Tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin, müşteri odaklı; hız ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren; tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen; yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümü desteklenecektir.” ifadesi ile planlanmıştır.

(<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalkinma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf>).

- **Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi, 2014-2023:** Çok kapsamlı bir vizyonu yansıtan bu belge içerisinde, bölgesel eşitsizlikleri gidererek kalkınma stratejisi dâhilinde deri, giyim ve ayakkabı sektörüne de önemli bir yer verilmektedir.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/EylemVeDigerPlanlar/Attachments/27/2014-2023%20B%C3%B6lgesel%20Geli%C5%9Fme%20Ulusal%20Stratejisi.pdf>

8.11.6. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı (KOSGEB)

İsminden de anlaşıldığı gibi varlık amacı KOBİ'leri geliştirmek ve desteklemek olan KOSGEB, sektördeki özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik çok sayıda destek sağlamaktadır. Bu destekler hakkında ayrıntılı bilgi aşağıda Teşvikler ve Destekler başlığı altında verilmiştir.

- KOBİ Gelişim Destek Programı (KOBİGEL)
- Girişimcilik Destek Programı
- Genel Destek Programı
- AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı:
- İşbirliği Güçbirliği Destek Programı
- Tematik Proje Destek Programı
- Uluslararası Kuluçka Merkezi ve Hızlandırıcı Destek Programı
- KOSGEB Laboratuvar Hizmetleri
- Kredi Faiz Desteği

8.11.7. Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği

Deri sektörü ile ilgili kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları ile ortak çalışmalara iştirak edilmekte ve bazı çalışmalara da ev sahipliği yapılmaktadır. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İTKİB), İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçı Birliği, İstanbul Ticaret Odası ve İstanbul Sanayi Odası yöneticileri ile görüşmeler yapılmakta, çalışmaları takip edilmektedir.



Bölüm 9

Sektöre Sunulan Teşvik ve
Destekler



Tekstil ve hazır giyim sanayileri, 2006-2012 döneminde düzenlenen teşvik belgeleri içinde imalat sanayi sektörleri arasında öngörülen sabit yatırım tutarı olarak %13,9 pay ile kimya sanayisinden sonra ikinci; belge sayısı olarak %20,2 pay ile ve öngörülen istihdamda ise yüzde 23,8 pay ile birinci sıradadır. Belge talebinin yıllara göre dalgalanmasında ekonomik konjonktürün yanında 2009 yılında yürürlüğe konulan yatırım teşviklerine ilişkin düzenleme de etkili olmuştur.

Tablo 38. Yıllar İtibarıyla Tekstil ve Hazır Giyim Sektörleri Yatırım Teşvik Belgeleri

YIL	BELGE SAYISI	YATIRIM TUTARI (MİLYON TL)	İSTİHDAM
2006	307	721	13.336
2007	399	1.835	21.485
2008	303	836	9.726
2009	186	817	7.804
2010	431	2.222	15.074
2011	512	5.066	18.538
2012	667	4.280	25.522
TOPLAM	2.805	15.777	111.485

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

Türkiye’de destekler, ekonomi politikasının bir aracı olarak kullanılmakta ve birçok destek programı uygulanmaktadır. Ancak herhangi bir sektöre özgü olarak uygulanan bir destek bulunmamakta; destekler tüm sektörleri kapsamaktadır. Bu teşvik ve destekler temel olarak 8 ana başlıkta sınıflandırılabilir.

9.1. Yatırım Teşvikleri

Ekonomi Bakanlığı tarafından 19.06.2012 tarih ve 28328 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 2012/3305 sayılı Bakanlar Kurulu Kararına göre uygulanan Yeni Teşvik Sistemi; genel, bölgesel, büyük ölçekli ve stratejik yatırımların teşvikî uygulamalarını içeren 4 ayrı rejim sisteminden oluşmaktadır. Bu rejim sistemleri şunlardır;

- Genel Yatırım Teşvik Uygulamaları
- Bölgesel Yatırım Teşvik Uygulamaları
- Büyük Ölçekli Yatırım Teşvik Uygulamaları
- Stratejik Yatırım Teşvik Uygulamaları

Bu teşvik sistemi kapsamında firmalar aşağıdaki destek unsurlarından faydalanabilmektedir¹²⁹,

¹²⁹ Bozoğlu, MÖ ve Güneş A. Yatırım Teşvik Sistemi, Ekonomi Bakanlığı Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü; http://www.ito.org.tr/2014/sunum/Yatirim_Tesvikleri.pdf (Erişim Tarihi: 20.5.2016);

- **Gümrük vergisi muafiyeti:** Yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için gümrük vergisinin ödenmemesi şeklinde uygulanır.
- **Katma değer vergisi (KDV) istisnası:** Yurt içinden ve yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için katma değer vergisinin ödenmemesi şeklinde uygulanır.
- **Vergi indirimi:** Gelir veya kurumlar vergisinin, yatırım için öngörülen katkı tutarına ulaşıncaya kadar indirimli olarak uygulanır.
- **Sigorta primi işveren hissesi desteği:** İlave istihdam için ödenmesi gereken sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmının belirli bir süre Bakanlıkça karşılanmasıdır.
- **Yatırım yeri tahsis:** Büyük ölçekli yatırımlar, stratejik yatırımlar ve bölgesel desteklerden yararlanacak yatırımlar için Maliye Bakanlığınca belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde yatırım yeri tahsis edilebilir.
- **Faiz oranı desteği:** En az bir yıl vadeli yatırım kredileri için sağlanan bir finansman desteğidir. Yatırım teşvik belgesinde kayıtlı sabit yatırım tutarının % 70'ine kadar kullanılan krediye ilişkin ödenecek faiz/kâr payının belli bir kısmı devlet tarafından karşılanmaktadır.
- **Gelir vergisi stopaja desteği:** Yatırımla sağlanan ilave istihdam için belirlenen gelir vergisi stopaja tabi olmamaktadır. Bu unsur sadece Bölge 6'da yapılacak yatırımlar için uygulanmaktadır.
- **Sigorta primi desteği:** Yatırımla sağlanan ilave istihdam için yasal asgari ücret tutarı üzerinden hesaplanan sosyal sigorta primi işçi payı, devlet tarafından karşılanmaktadır. Bu unsur sadece Bölge 6'da yapılacak yatırımlar için uygulanmaktadır.
- **Sosyal Sigortalar prim desteği (İşveren Payı):** Yatırımla sağlanan ilave istihdam için yasal asgari ücret tutarı üzerinden hesaplanan sosyal sigorta primi işveren payı, devlet tarafından karşılanmaktadır.
- **KDV iadesi:** Asgari sabit yatırım tutarı 500 milyon TL'nin üzerindeki stratejik yatırımlar kapsamında gerçekleştirilen bina-inşaat harcamaları için tahsil edilen KDV, iade edilmektedir.

Tablo 39. Teşvik Rejimlerinin Destek Unsurlarına Göre Kapsamları

Destek Unsurları	Genel Yatırım Teşvik Uygulamaları	Bölgesel Yatırım Teşvik Uygulamaları	Büyük Ölçekli Yatırım Teşvik Uygulamaları	Stratejik Yatırım Teşvik Uygulamaları
KDV İstisnası	+	+	+	+
Gümrük Vergisi Muafiyeti	+	+	+	+
Vergi İndirimi		+	+	+
Sosyal Sigortalar Prim Desteği (İşveren Payı)		+	+	+
Gelir Vergisi Stopajı İndirimi*		+	+	+
Sosyal Sigortalar Prim Desteği (Çalışan Payı)*		+	+	+
Faiz Oranı Desteği **		+		+
Arazi Tahsis		+	+	+
KDV İadesi***				+

Kaynak: T.C. Başbakanlık Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı

* Yatırımın Bölge 6'da gerçekleştirilmesi hâlinde sağlanır.

** Yatırımın Bölgesel Yatırım Teşvik Uygulamaları kapsamında Bölge 3, 4, 5 veya 6'da gerçekleştirilmesi hâlinde sağlanır.

*** Asgari sabit yatırım tutarı 500 milyon TL olan stratejik yatırımların inşaat harcamaları için sağlanır.

Teşvik sisteminde Türkiye, kalkınmışlık düzeyine göre 6 bölgeye ayrılarak az gelişmiş bölgelere avantajlar sağlanmaktadır. Bu bağlamda Bölge 1 ve 2 için belirlenen asgari sabit yatırım tutarı 1 milyon TL; Bölge 3, 4, 5 ve 6 için ise 500.000 TL'dir. Bu bölgelerin şehirlere göre dağılımı Şekil 24'de görülebilmektedir. Bu teşvik sisteminin temel amacı, öncelikle cari açığın azaltılarak ithalat ağırlıklı temin edilen ara malı ve ürünlerin üretiminin artırılmasıdır. Bu bağlamda teknolojik gelişmeyi sağlayacak özellikle AR-GE yatırımlarının desteklenmesi ve az gelişmiş bölgelere yatırımı destekleyerek bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının azaltılması hedeflenmektedir.

Şekil 24. Yatırım Teşvik Sistemine Göre İller



Kaynak: T.C. Başbakanlık Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı

9.2. Dâhilde İşlemi Rejimi (DİR)

DİR ihracatçılara, ihraç ettikleri mallarda kullanılmak üzere dünya piyasasındaki fiyatlarından ham madde temin edilmesi amacıyla oluşturulmuş bir destektir. DİR kısaca “ihraç edilecek ürünleri üretmek için gerekli olan ve yurt dışından ithal edilen, ithali gümrük vergisine tabi girdilere gümrük muafiyeti getiren bir ihracatı teşvik sistemi” olarak tanımlanabilir.¹³⁰ Bu rejim, ihraç ürünlerinin üretiminde kullanılan, ithalatı vergiye tabi ürünlere yönelik esasları belirleyerek ithalatı şartlı muafiyet ve ithalat esnasında alınan vergilerin geri ödenme sistemlerinden oluşmaktadır. Bunun yanında, ithalat yerine yurt içi alımların özendirilerek döviz kaybının önlenmesi amacıyla firmaların ihraç edecekleri ürünlerin üretiminde kullanılan girdileri yurt içinden KDV ödemeksizin almaları olanağı sağlanmıştır. Bu teşviklerden faydalanmak için firmaların, Ekonomi Bakanlığınca düzenlenen Dâhilde İşleme İzin Belgesi alması gerekmektedir.

Bu işleme izni, firmalara şu faydaları sağlamaktadır;¹³¹

¹³⁰ Dâhilde İşleme Rejimi, ITO, http://www.ito.org.tr/Dis_Tic/Dahilde_Isleme_rejimi.html (Erişim Tarihi: 20.5.2016)

¹³¹ A.g.e.

- İthalatta gümrük vergisi, KDV, ÖTV ile diğer vergi ve fonlardan muafiyet sağlanması,
- Vergi, Resim ve Harç İstisnası ile KKDF muafiyeti,
- Dış Ticarete Standardizasyon ve Teknik Düzenlemeler ile Ticaret Politikası önlemlerine tabi olmama,
- Yurt içi alımlarda KDV Tecil-Terkin uygulaması,
- İthalatta alınması gereken vergilere ilişkin teminat indirimi.

9.3. İhracatta Devlet Destekleri

İhracatta devlet yardımları Ekonomi Bakanlığı tarafından verilmektedir. Bu kapsamda şu yardımlar yapılmaktadır;

- AR-GE Yardımı,
- Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım Desteği,
- Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Yardımı,
- Pazar Araştırması Yardımı,
- Eğitim Yardımı,
- İstihdam Yardımı,
- Yurt Dışında Ofis-Mağaza Açma,
- İşletme ve Marka Tanıtım Yardımı,
- Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması Yardımı (Turquality),
- Tasarım Yardımı.

Öte yandan, 2010/8 sayılı Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Tebliği kapsamında Ekonomi Bakanlığı'nın bazı destekleri bulunmaktadır. Türk Eximbank, Türkiye'nin "Resmî İhracat Finansman Kurumu" sıfatıyla, kısa vadeli kredi imkânları sunmaktadır. 2023 ihracat stratejisi kapsamında tekstil sektörünü desteklemek üzere, ihracata yönelik üretim yapan veya döviz kazandırıcı faaliyetlerde bulunan firmalara, ihracat hacimlerini ve kapasitelerini artırmalarına yönelik olarak gerçekleştirecekleri projelerinde, orta ve uzun vadeli işletme sermayesi kredisi ve yatırım kredileri de kullanılmaktadır.¹³²

9.4. KOSGEB Destekleri

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Ekonomi Bakanlığı ve Halk Bankası tarafından sadece KOBİ'lere yönelik olarak farklı mevzuatlar kapsamında uygulanan yatırım ve işletme dönemi yardımları bulunmaktadır. KOSGEB'in sağladığı yardımlar geri ödemeli ve geri ödemesiz olabilmektedir. Bunlar;

¹³² Türkiye Tekstil, Hazırgiyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2015-2018, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

- **Genel Destek Programı:** Bu programın amacı, proje hazırlama kapasitesi düşük KOBİ'lerin de mevcut KOSGEB desteklerinden faydalanması, KOBİ'lerin kaliteli ve verimli mal/hizmet üretmelerinin sağlanması, KOBİ'lerin rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek amacıyla genel işletme geliştirme faaliyetlerinin teşvik edilmesi, KOBİ'lerin yurt içi ve yurt dışı pazar paylarını artırmak amacıyla tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi amacıyla işletmelerin desteklenmesidir.¹³³
- **Girişimcilik Destek Programı:** Bu programın amacı, girişimciliğin desteklenmesi, girişimciliğin yaygınlaştırılması ve başarılı işletmelerin kurulmasıdır. Programdan, küçük ve orta ölçekli işletmeler, girişimciler ve işletici kuruluşlar (İş Geliştirme Merkezini yönetmek üzere kurulan tüzel kişilik) yararlanabilmektedir. Program uygulamalı girişimcilik eğitimi, yeni girişimci desteği, iş geliştirme merkezi (İŞGEM) desteği ve iş planı ödülü gibi unsurları içermektedir.¹³⁴
- **AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı:** Programın amacı, bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlara sahip KOBİ ve girişimcilerin geliştirilmesi, teknolojik fikirlere sahip tekno-girişimcilerin desteklenmesi, KOBİ'lerde AR-GE bilincinin yaygınlaştırılması ve AR-GE kapasitesinin artırılması, mevcut AR-GE desteklerinin geliştirilmesi, inovatif faaliyetlerin desteklenmesi, Ar-Ge ve inovasyon proje sonuçlarının ticarileştirilmesi ve endüstriyel uygulamasına yönelik destek mekanizmalarına ihtiyaç duyulmasıdır. Proje süresi; AR-GE ve İnovasyon Programı için en çok 24 (yirmi dört) ay, Endüstriyel Uygulama Programı için en çok 18 (on sekiz) aydır. Her iki program için de Kurul kararı ile 12 (on iki) aya kadar ek süre verilebilmektedir.¹³⁵
- **İşbirliği-Güçbirliği Destek Programı:** Programın amacı, KOBİ'lerin iş birliği-güç birliği anlayışıyla bir araya gelerek; ortak tedarik, ortak tasarım, ortak pazarlama, ortak laboratuvar, ortak imalat, ortak hizmet sunumu ve benzeri konular ile Orta-Yüksek ve Yüksek Teknoloji alanlarında hazırlayacakları ortak imalata yönelik iş birliği-güç birliği projelerinin desteklenmesidir. Ortaklık modelleri şöyledir: Proje ortağı işletmelerin mevcudiyetlerini koruyarak yeni kurulacak işletici kuruluşa ortak olmaları; proje ortağı işletmelerin bir kısmının ya da tamamının kendilerini feshederek kurulacak işletici kuruluşa dâhil olmaları; proje ortağı işletmelerin bir kısmının kendilerini feshederek ortaklardan birinin bünyesinde birleşmesi. Ayrıca, proje başvurusunda, iş birliği-güç birliği amacı ile en az 5 işletmenin bir araya gelmesi şartı aranmaktadır. Projenin, Orta-Yüksek ve Yüksek Teknoloji alanlarında gerçekleştirilecek olması durumunda ise en az 3 işletmenin bir araya gelmesi yeterlidir.¹³⁶

¹³³ Genel Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1230/genel-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹³⁴ Girişimcilik Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1231/girisimcilik-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹³⁵ AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1229/arge-inovasyon-ve-endustriyel-uygulama-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹³⁶ İşbirliği-Güçbirliği Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1228/isbirligi-gucbirligi-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

- **KOBİ Proje Destek Programı:** Bu program, işletmelere özgü sorunların işletmeler tarafından projelendirildiği ve projelendirilen maliyetlerin desteklenebildiği bir programa ihtiyaç duyulduğu için oluşturulmuştur. Bu destek programı özellikle KOBİ’lerde proje kültürü ve bilincinin oluşturulması ve işletmelerin proje yapabilme kapasitelerinin geliştirilmesine yöneliktir. Esnek bir destekleme sistemine olan ihtiyacın karşılanması bakımından da önem arz etmektedir. Bu proje destek programı kapsamında işletmelerin; üretim, yönetim-organizasyon, pazarlama, dış ticaret, insan kaynakları, mali işler ve finans, bilgi yönetimi ve bunlarla ilişkili alanlarda sunacakları projeler desteklenmektedir. Bu destekler en fazla 3 yıl süre ile ve en fazla 150.000 TL değerinde olmaktadır.¹³⁷
- **KOBİGEL-KOBİ Gelişim Destek Programı:** Bu programın amacı; küçük ve orta ölçekli işletmelerin, ekonomideki paylarının ve etkinliklerinin artırılması ve KOBİ’lerin rekabet güçlerinin ve sağladıkları katma değerini yükseltmesini hedefleyen projelerin desteklenmesidir. Bu destek kapsamı KOSGEB’in yayımladığı proje teklif çağrısına göre değişmektedir. Bu destek kapsamında en az 6, en fazla 36 ay boyunca proje desteği verilmektedir. Projenin geri ödemesiz destek üst limiti 300.000 TL, geri ödemeli destek üst limiti ise 700.000 TL’dir.¹³⁸
- **Tematik Proje Destek Programı:** Bu program, KOBİ’lerin kendi işletmelerini geliştirmesi ve meslek kuruluşları tarafından küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi amacıyla daha fazla proje hazırlamalarının teşvik edilmesi, makro strateji dokümanlarında işaret edilen öncelikler dikkate alınarak belirlenen tematik alanlarda bölgesel ve sektörel ihtiyaçların karşılanması ve KOBİ’lerin uluslararası mevzuatlara uyumunun sağlanmasıdır. Bu destek kapsamında personel net ücretleri ve seyahat giderleri, yeni makine-ekipman, yazılım ve donanım alımı veya kiralanması giderleri, sarf malzemesi giderleri, hizmet alım giderleri, genel idari giderler karşılanmaktadır. Bu destek, geri ödemesiz olmakla birlikte en fazla 36 ay süre ile verilebilmektedir. Destek üst limiti ise 150,000 TL’dir.¹³⁹
- **Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı:** Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP) KOBİ Destek Programı ile gelişme ve büyüme potansiyeline sahip küçük ve orta ölçekli işletmeler, Borsa İstanbul (BIST) Gelişen İşletmeler Piyasası’nda işlem görebilmekte ve sermaye piyasalarından fon temin edilmesine imkân sağlanmaktadır. Bu destek programı özellikle, KOBİ’lerin paylarının GİP’te işlem görmek üzere halka açılma sürecinde kullanılacaktır. Bu bağlamda piyasa danışmanı danışmanlık hizmet bedeli, bağımsız denetim hizmeti bedeli, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) kurul kaydına alma ücreti, Borsa İstanbul (BIST) Listesine kabul ücreti, Merkezi

¹³⁷ KOBİ Proje Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1226/kobi-proje-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹³⁸ KOBİGEL - KOBİ Gelişim Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/3288/kobigel-kobi-gelisim-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹³⁹ Tematik Proje Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1227/tematik-proje-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

Kayıt Kuruluşu (MKK) masrafı ve aracı kuruluşa ödenecek aracılık komisyonları, destek kapsamına girmektedir. Bu desteğin toplam üst limiti 100.000 TL'dir.¹⁴⁰

- **Kredi Faiz Desteği:** Bu desteğin amacı; küçük ve orta ölçekli işletmelere uygun koşullarda finansal destek temin edilerek, bu işletmelerin üretim, kalite ve standartlarının artması ve finansman sorunlarının çözümünün sağlanmasıdır. Bu bağlamda, destekten yararlanan firmalar ek istihdam yaratabilecek; ayrıca bu firmaların uluslararası düzeyde rekabet etmelerinin de önü açılmış olacaktır. KOSGEB'in 2003 yılından itibaren sağladığı bu finansal destekler, Bakanlar Kurulu Kararı gereğince 2008 yılına kadar üç kamu bankası aracılığıyla sağlanmıştır. 2008 yılı Mayıs ayından itibaren ise Türkiye'de faaliyette bulunan kamu bankaları, özel bankalar, katılım bankaları ile yapılan protokollerle, KOBİ'lere kullanılacak kredilerin faiz/kâr payı, komisyon vb. giderlerinin program türüne göre kısmen ya da tamamen karşılanması şeklinde sürdürülmektedir.¹⁴¹

9.5. Krediler

9.5.1. Türkiye Halk Bankası Kefaletiyle Verilen Krediler

Türkiye Halk Bankası KOBİ Sanayi Kredileri vermektedir. Bu kredilerde, Kaynak Kullanım Destekleme Fonu ve Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi muafiyeti sağlanmaktadır. Türkiye Halk Bankası, işletmelerin sermaye ihtiyaçlarını karşılanmasına yönelik 150.000 TL'ye kadar kredi vermektedir. Bu krediler, Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri kefaleti veya banka ile doğrudan kullanılabilir. Kredilerin yıllık faiz oranları %4'ten başlamaktadır. Hazine faiz destekli bu krediler dışında, ayrıca, "Halk Esnaf Destek Paketi" diye bir sistem de oluşturmuştur. Kısaca Türkiye Halk Bankası esnaf ve sanatkâra özel 4 farklı kredi programı sunmaktadır:¹⁴²

- **ESKKK Kefaletiyle Krediler:** Halkbank, %4'ten başlayan faiz oranı ile işletme ve yatırım kredisi vermektedir. Bu kredi çoğunlukla ham madde ve döner sermaye ihtiyaçlarının karşılanması için verilmekle beraber; 60 aya kadar aylık, 3 aylık ve 6 aylık vadelenirilebilmektedir. Bağlı bulunan ESKKK'nın risk grubuna göre bu kredi türünün üst limiti; 75.000-TL, 100.000-TL, 150.000-TL'dir. Bu kredi türünden, iş veya ikametgâhının bulunduğu ilçede ortağı olduğu ESKKK'nın kefaletiyle Esnaf ve Sanatkârlar Odasına ve Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Müdürlüğüne kayıtlı, medeni hakları kullanma ehliyetine sahip gerçek kişiler faydalanabilmektedir.
- **ESKKK Kefaleti Olmaksızın Krediler:** Bu kredi türü de ham madde ve döner sermaye ihtiyaçları için esnaf ve sanatkârlara 60 aya kadar vadeyle (aylık, 3 aylık ve 6 aylık ödemeli) verilebilmektedir. Bu kredinin üst limiti gelir ve giderlerin değerlendirilmesidir.

¹⁴⁰ Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1232/gelisen-isletmeler-piyasasi-kobi-destek-programi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹⁴¹ Kredi Faiz Desteği, KOSGEB; <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1233/kredi-faiz-destegi> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹⁴² Esnaf ve Sanatkârlarımıza Özel Kredilerimiz, Halkbank; <http://www.halkbankkobi.com.tr/channels/Esnaf-ve-Sanatkarlarimiza-Ozel-Krediler/112> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

dirilmesine göre 100.000 TL, 125.000 TL, 150.000 TL arasında değişmektedir. Bu krediden, Esnaf ve Sanatkârlar Odasına ve Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Müdürlüğüne kayıtlı, ESKKK ortağı olmayan, medeni hakları kullanma ehliyetine sahip gerçek kişiler yararlanabilmektedir.

- **0 Faizli Esnaf Kredileri:** Bu kredi türü 4 ayrı koşulda verilmektedir.

Kaybolmaya Yüz Tutan Meslek Kollarında Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkâra Verilen Kredi

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 9. maddesinde belirtilen geleneksel, kültürel, sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında (el dokuma işleri, bakır işletmeciliği, çini ve çömlek yapımı, sedef kakma ve ahşap oyma işleri, kaşıkcılık, bastonculuk, semercilik, yazmacılık, yorgancılık, keçecilik, lüle ve oltu taşı işçiliği, çarıkçılık, yemenicilik, oyacılık ve bu işlere benzerlik gösterdikleri Maliye Bakanlığınca kabul edilen) faaliyet gösteren ve "Esnaf Vergi Muafiyet Belgesi" sahibi esnaf ve sanatkârlar %100 faiz indirim imkânı ile kredi kullanabilmektedir. Bu krediden KOSGEB'den hibe desteği alanlar faydalanamamaktadır.

Ustalık Belgesi Sahibi Olup Yeni İşyeri Kuran Girişimci Esnaf ve Sanatkârlara Verilen Kredi

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu kapsamında, kredi başvuru tarihi itibarıyla en az 3 yıllık ustalık belgesine sahip olan ve ustalık belgesiyle ilgili meslek kolunda son 1 yıl içinde kendi adına işletme kurduğunu belgeleyen girişimci esnaf ve sanatkârlar, bu Karar kapsamında 01.01.2015 tarihinden itibaren %100 faiz indirim imkânı ile kredi kullanabilmektedir. Bu krediden, aynı işletme için KOSGEB'den hibe desteği alanlar ile son bir yıl içinde ticari faaliyetini veya vergi mükellefiyetini sonlandıranlar faydalanamamaktadır.

30.000 TL'ye Kadar Sıfır Faizli Kredi

Makine, ekipman ve demirbaş alımları, iş yeri modernizasyonu veya ham madde ve döner sermaye ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik kredi talep eden esnaf ve sanatkârlar, 30.000 TL'ye kadar %100 faiz indirim imkânı ile kredi kullanabilmektedirler. Bu kapsamda başvuruda bulunanların, kredi kullanım amacını yazılı olarak taahhüt etmeleri zorunludur. Bu krediden açık durumda hazine destekli esnaf kredisi bulunanlar ve KOSGEB'den hibe desteği alanlar faydalanamayacaktır.

Genç Girişimci Esnaf ve Sanatkârlara Kredi

KOSGEB Girişimcilik Destek Programını bitiren, başvuru tarihinde 30 yaşını tamamlamamış olan genç girişimci esnaf ve sanatkârlara, KOSGEB tarafından onaylanan projelerini Halkbank'a sunmaları durumunda 100.000 TL'ye kadar %100 faiz indirim imkânı ile kredi verilebilmektedir. Bu krediden açık durumda hazine destekli esnaf kredisi bulunanlar ve KOSGEB'den faizsiz kredi veya hibe desteği alanlar faydalanamamaktadır.

- **Halk Esnaf Destek Paketi:** Bu kredi, mikro işletmelerin, küçük işletmelerin, esnaf ve sanatkârların işletme sermayesi ve yatırım ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir. Ödemesiz dönem seçeneği ile gelirlerine uygun şekilde dönemsel taksitli, aylık ya da 3 aylık eşit taksitli ödeme imkânı sunulmaktadır. Bu kredi, KOBİ-Esnaf Acil

Destek Poliçesi'ni de içermektedir. Kredinin üst limiti 150.000 TL olmakla beraber vadesi, ödemesiz dönem dâhil azami 36 aydır. Ödemesiz dönem, işletmelerin nakit döngülerine uygun olmak kaydıyla azami ilk 6 ay için öngörülebilecektir. Kredi, 3 ayda bir dönemsel taksitli; aylık eşit taksitli veya 3 ayda bir eşit taksitli olarak kullanılmaktadır. 3 ayda bir eşit taksitli kredide ödemesiz dönem verilememektedir.

Bunun yanında, Hazine Müsteşarlığının garantör olduğu Avrupa Yatırım Bankası KOBİ kredileri, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, Türkiye Kalkınma Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası, Ziraat Bankası ve Türkiye Halk Bankası aracılığıyla, KOBİ'ler ile esnaf ve sanatkârın kullanımına sunulmaktadır. Bu kredilerden en fazla 250 kişi istihdam eden KOBİ'ler ve en fazla 1500 kişi istihdam eden orta büyüklükteki işletmeler faydalanabilmektedir. Kredi, yatırım ve işletme finansmanı olarak ikiye ayrılmaktadır. Yatırım kredileri, azami 2 yıl ödemesiz 7 yıl vadeli; işletme finansmanı kredileri, azami 1 yıl ödemesiz 4 yıl vadeli kullanılmaktadır. Yatırım tutarı üst sınırı ise 25 milyon avrodur. Kredinin üst limiti ise 5 milyon avro olmakla birlikte, kredi TL, dolar ve avro para cinslerinden kullanılabilir. ¹⁴³

9.6. AR-GE Destekleri

Türkiye'de AR-GE desteği veren birçok kurum bulunmaktadır. Yukarıda bahsi geçen Ekonomi Bakanlığı ve KOSGEB tarafından verilen AR-GE desteklerinin yanında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Kalkınma Bakanlığı da destekler vermektedir. Bu destek programlarından bazıları şunlardır;

- **TÜBİTAK Patent Destek Programı:** Türk Patent Enstitüsü'ne (TPE) yapılacak olan ulusal patent başvurularında, araştırma raporu desteği, inceleme raporu desteği; vekil kullanılan başvurulara vekil desteği; patent alınması durumunda ise patent sahibine ve başvuru süreçlerinin patent vekillerine Patent Tescil ödülü verilmektedir. ¹⁴⁴
- **TÜBİTAK Girişim Sermayesi Destekleme Programı:** Bu program, ülke ekonomisine katma değer sağlayabilecek nitelikte yenilikçi ürün, süreç, bilgi ve teknoloji geliştirme ve üretme potansiyeli bulunan KOBİ ölçeğindeki şirketlerin çekirdek veya başlangıç aşamalarındaki finansman ihtiyaçlarının, girişim sermayesi fonları aracılığıyla karşılanması amacıyla başlatılmıştır. Destekleme Programı ile ülkemizde teknoloji ve yenilik odaklı KOBİ'lere sermaye sağlayacak yeni fonların kurulmasına ve bu fonları yönetecek fon yöneticilerinin teşvik edilerek girişim sermayesi ekosisteminin oluşturulmasına katkı sağlanması hedeflenmektedir.
- **Proje Pazarı Destekleme Programı:** Somut AR-GE düşünce ya da proje önerilerine sahip olup bunları gerçekleştirmek için kendi yetenekleri dışında başka uzmanlık alanlarında katkıya gereksinim duyan; proje öneri veya sonuçlarına ilişkin talep varlığını araştıran; arz edilen proje iş birliği önerilerine teknolojik veya finan-

¹⁴³ Avrupa Yatırım Bankası (AYB) Kredileri, Ziraat Bankası, <http://www.ziraat.com.tr/tr/Kobi/DisKaynakliKrediler/Pages/AvrupaYatirimBankasiKredileri.aspx> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹⁴⁴ TÜBİTAK; <https://www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/sanayi/ulusal-destek-programlari/1602/icerik-destek-kapsami> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

sal katkıda bulunmak isteyen; üniversite, araştırma ve özel sektör kuruluşlarından temsilcilerin bir araya gelerek aktif katılımları ile projelerini birbirlerine tanıtmaları yoluyla iş birliği olanaklarına ortam oluşturulmasına yönelik düzenlenen ulusal ve/veya uluslararası etkinliklerdir.

- **Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Programları:** Bakanlık tarafından 5746 sayılı AR-GE Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun kapsamında sağlanan destek ve muafiyetler, dört ana program kapsamında dağıtılmaktadır.
- **AR-GE Merkezleri:** AR-GE faaliyetlerini yurt içinde gerçekleştiren şirketlerin ayrı bir birimi şeklinde örgütlenmiş, en az 30 tam zaman eşdeğer AR-GE personeli istihdam eden merkezlerdir. Bu merkezlerdeki projelerin, katma değer yaratan, ülkemizde yerleşik işletmeler ve üniversitelerin iş birliği ile hazırlanacak nitelikte olması gerekmektedir.
- **Tekno Girişim Sermaye Desteği:** Bu program, ülkemizde nitelikli girişimciliğin özendirilmesini hedeflemektedir. Uluslararası rekabet gücü olan, yenilikçi, teknoloji düzeyi yüksek ürün ve süreçleri geliştirebilen işletmelerin oluşturulmasına destek vermek; bu destek ile ülkemizde bilgi yoğun ve yenilikçi girişimcilik konusundaki farkındalığı artırmak; aynı zamanda, yüksek eğitilmiş, nitelikli gençlerin iş hayatına kazandırılmasını sağlamak amaçlanmaktadır. Bu programa üniversitelerin örgün öğrenim veren, herhangi bir lisans programından bir yıl içinde mezun olabilecek durumdaki öğrenci, yüksek lisans veya doktora öğrencisi ya da lisans, yüksek lisans veya doktora derecelerinden birini ön başvuru tarihinden en çok 5 yıl önce almış gerçek kişiler başvurabilmektedirler. Destek üstü limiti 100.000 TL'dir ve en fazla bir yıl süre ile desteklenmektedir.¹⁴⁵
- **Sanayi Tezleri Programı:** Sanayimizin önemli bir kısmını oluşturan KOBİ'lerimizin AR-GE ve inovasyon kültürü kazanmaları ve sorunlarını üniversitede üretilen bilgi birikimini kullanarak iş birliği içinde çözüme alışkanlığı edinmelerini amaçlayan bir destek mekanizmasıdır. Üniversite-sanayi iş birliği ile yürütülecek AR-GE ve yenilik projeleri için, sektör ve büyüklüğüne bakılmaksızın katma değer yaratan, bir veya birden çok gerçek veya tüzel kişiye ait Türkiye'de yerleşik işletmeler, San-Tez Programı'ndan istifade edebilirler. Bu program özellikle akademisyenlerin tez çalışmalarını katma değere dönüştürmelerine olanak sağlanması bakımından önem arz etmektedir.¹⁴⁶
- **Teknoloji Geliştirme Bölgeleri:** Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Teknoloji Geliştirme Bölgesi'ni şu şekilde tanımlamaktadır: "Yeni veya ileri teknolojide mal ve hizmet üretmek isteyen girişimcilerin, araştırmacı ve akademisyenlerin sınai ve ticari faaliyetlerini üniversitelerin yanında veya yakınında yürütebilmelerine ve bu üniversitelerden yararlanabilmelerine imkân vermek için kurulmuş akademik, sos-

¹⁴⁵ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Tekno Girişim Sermaye Desteği, <https://biltek.sanayi.gov.tr/sayfalar/tgsdDetay.aspx> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹⁴⁶ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Tezleri Programı San-Tez <https://biltek.sanayi.gov.tr/sayfalar/santezDetay.aspx> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

yal ve kültürel sitelerdir.”¹⁴⁷ Bu destek, 24454 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu ve Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği çerçevesinde yürütülmektedir. Programın temel amacı; üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörleri arasında iş birliği sağlanarak ülke sanayinin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulması amacıyla teknolojik bilgi üretilmesi ve yenilikler geliştirilmesidir.

9.7. Kümelenme Teşvikleri

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı “Kümelenme Destek Programı” ve “Küme Akademisi” çalışmaları ile kümelenmeleri desteklemektedir. Bu teşvikler üretkenliği arttıran, yatırımları çeken ve yenilikçiliği teşvik eden bir yapı olan kümelerin, küresel rekabette öne çıkması amacıyla verilmektedir. Kümelenme Destek Programı kapsamında iş planları tamamlandığında, iş planı toplam bütçesinin % 50’sine kadar, her bir destek kalemi bazında ise %75’ine kadar geri ödemesiz destek sağlanmaktadır.¹⁴⁸

9.8. Teşvik ve Destekleri Kullanmada Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Türkiye’de birçok teşvik programı uygulanmakta olsa dahi bunların ulaşılabilirlik düzeyi ve niteliği hâlâ bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Esnafın teşvik ve destek programlarına erişiminin artması için atılabilecek ilk adım; her bir kurumun esnafa yönelik hazırladığı ve esnafın faydalanma olanağı bulunan teşvik, destek vb. program ve mekanizmaları hakkındaki bilgilerin, tek bir kaynaktan toplanması ve esnafın bu bilgilere kolayca erişiminin sağlanması olabilir. Bu bilgiler bir internet sitesinde veya bir portal altında birleştirilerek esnaf ve sanatkarların teşvikler, teşviklere başvuru koşulları ve yöntemleri hakkında gerekli bilgilere erişimi kolaylaştırılabilir. Böylece devletten daha fazla destek talebinde bulunan, ancak hâlihazırda mevcut destek, teşvik vb. olanaklardan haberdar olmayan esnafın bilgi eksikliği tamamlanabilecektir.

Birçok teşvik programı özellikle KOBİ’ler, esnaf ve sanatkarlar için “kâğıt üzerinde” mevcut görünmekte ve bu teşviklerden faydalanma oranları çok düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu teşvik ve desteklerden yeterince yararlanamamanın nedenleri arasında, özellikle bürokratik işlemlerin yoğun olması, başvuru şartlarının ağır olması, başvurularda proje uzmanlarına ihtiyaç duyulması, başvuruların maliyetli olması ve bilgi eksikliği gibi sebepler ön plana çıkmaktadır. Bu nedenlerle bir portal oluşturulmasının yanı sıra, özellikle meslek kuruluşlarının ve devlet kuruluşlarının esnafa teşvik ve desteklerle ilgili daha etkin bilgilendirmeler yapması gerekmektedir. KOSGEB gibi destek veren kuruluşların da düzenli eğitimler ve bilgilendirme toplantıları düzenleyerek esnaf ve sanatkarın konu hakkındaki bilgi eksikliklerini gidermeleri gerekmektedir. Bunun yanında ilgili kuruluşlar, çeşitli eği-

¹⁴⁷ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TGB), <https://biltek.sanayi.gov.tr/sayfalar/tgbDetay.aspx> (Erişim Tarihi: 28.5.2016)

¹⁴⁸ Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, “Türkiye Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2015-2018”.

tim materyalleri, tanıtım broşürleri ve web siteleri aracılığıyla daha etkin bir bilgilendirme çalışmasına girmelidir.

Türkiye’de özellikle, sektöre özel teşvik ve destek programlarının üretilmesi ve uygulanması konusunda eksiklikler bulunmaktadır. Gemi inşaatı sektörü haricinde, herhangi bir sektöre özgü olarak uygulanan teşvik tedbiri bulunmamaktadır.¹⁴⁹ Bir başka deyişle, üretilen teşvik programları tüm sektörleri kapsamaktadır. Teşvik ve kredi vermekte sektörel alanların uygulanması yerine, yatırımlar; AR-GE, ihracat, KOBİ, bölgesel gelişme gibi bütün sektörleri ilgilendiren alanlarda uygulanmaktadır. Bu çerçevede deri giyim ve ayakkabı sektörüne özgü herhangi bir teşvik programı bulunmamaktadır. Ülkemizde sektöre özel teşvikler ile esnaf ve sanatkârı geliştirecek programlar bulunmaması büyük bir eksikliktir. Hâlihazırda mevcut olan teşvikler, Yabancı Sermaye Mevzuatı, Serbest Bölge Mevzuatı, Gelir ve Kurumlar Vergisi Mevzuatı, Organize Sanayi Bölgeleri Mevzuatı, Teknoparklarla İlgili Mevzuat, Tapu Kadastro Mevzuatı, Yerel Yönetimler Mevzuatı ve yatırımlarla ilgili Bakanlar Kurulu Kararları gibi farklı yasal çerçeveler içine serpiştirilmiştir ve bu mevzuatın çeşitliliğinin karışıklıklara ve irrasyonel yatırım kararlarına yol açabilme ihtimali bulunmaktadır.¹⁵⁰

Teşvik ve desteklerden faydalanmak için yapılması gereken bürokratik işlemlerin de azaltılması, elzem bir adım olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu işlemlerin tek bir sistem üzerinden ve tek bir kurum üzerinden yapılması, hem bilgi akışının kolaylaşmasını hem de bürokratik işlemlerin azalmasını sağlayacaktır.

Bunun yanında özellikle KOSGEB gibi proje temelinde destek veren kurumların, proje yazma birimleri geliştirerek esnafa bu konuda ücretsiz destek verme imkânlarını geliştirmeleri, yenilik fikri olan esnaf ve sanatkâr için başvuru sürecini kolaylaştırma gibi çabaları, başvuruların sayısını arttırabilecektir. Benzer bir şekilde meslek kuruluşları da proje hazırlama desteği sağlayacak adımlar atmalıdır. Bu adımlar belirli proje ofisleriyle indirim anlaşmaları, düzenli proje yazma eğitimleri verilmesi ve ilgili eğitim materyallerinin hazırlanması şeklinde olabilir.

Esnaf ve sanatkârın kullandığı Hazine destekli kredilerin sektörün ihtiyacına göre planlanması ve ihtiyaçlara özgü kredilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Hazine destekli Halkbank kredilerinin Esnaf ve Sanatkâr Kredi ve Kefalet Kooperatifleri kefaletiyle kullandırılmasında, kefalet temini konusunda problemler yaşanmaktadır. Esnaf ve sanatkârın finansman ihtiyacını karşılamak için kurulmuş olan Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri, hâlihazırda bir kefalet sistemi olarak çalışması gerekirken kendisi de (memur-esnaf) kefil veya ipotek talep etmekte; bu durum kefaletin kefil gibi bir sonuç ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunun çözümü için öncelikle sektöre özgü üretimi arttırmaya yönelik sıfır faizli krediler sağlanması gerekliliği doğmaktadır. Ek olarak kefalet şartının yeniden yapılandırıldığı yeni kredi çeşitleri geliştirilmesi önemlidir. Sıfır faizli kredi modelinde kefalet şartı devam etse de hangi şartlarda kredi verileceği, kooperatif ana sözleşmesinde açık bir şekilde ifade edilmelidir.

¹⁴⁹ Arslan, Karaman. (2008). Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası, MÜSİAD Araştırma Raporları: 57, İstanbul.

¹⁵⁰ A.g.e.

Esnaflar ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri kefaletiyle kullandırılan kredilerin şartlarının ağır olduğu görülmektedir. Özellikle sicil kaydı hakkındaki şartlar (borcu olmaması ve sicilinin temiz olması) esnafın bu krediyi almasını zorlaştırmaktadır. Kredi ve kefalet kooperatifleri tarafından verilen krediler her ne kadar çok avantajlı görünse de; kredi için bloke sermaye, masraf karşılığı ve risk fonu kesintileri ile üst kuruluş katılım payı gibi alınan kredinin %4,5'ini bulan masraflar, bu avantajlı durumu değiştirmektedir (Ana Sözleşme Madde 11, 21, 62, ve 72). Bu sebeple, kredi kullanılırken yapılan kesintiler esnaf ve sanatkarın, kredi ve kefalet kooperatifi kefaletiyle kredi kullanma isteğini azaltmakta; Halkbank kredilerinin diğer özel banka kredilerine göre avantajlı konumuna zarar vermektedir. Bu sorunların çözümü için iki yöntem izlenebilir. Ana Sözleşme'de değişiklik yapılarak söz konusu kesintilerin azaltılması daha çok esnafın kredi kullanmasını sağlayacaktır.

10

Bölüm 10

Sektörün İncelenen
Ülkelerdeki Durumu

10

10.1. İtalya

Projenin yurt dışı incelemeleri kapsamındaki ilk ülke incelemesi, İtalya üzerine gerçekleştirilmiştir. İtalya'nın seçilme nedeni ülkenin deri, giyim ve ayakkabı sektöründe orijinal tasarım ve yüksek kaliteye dayalı olumlu bir uluslararası tanınırlığa ve yüksek ihracat hacmine sahip olmasıdır. İtalya, hem ekonomik yapısının Türkiye ile benzerliği hem de ayakkabı, deri ve tekstil sektörlerinde tasarım ve modanın merkezlerinden biri olarak önemli bir işlev üstlenmesi açısından, proje kapsamında incelenmesi gereken ülkelerden biri olmuştur.

Bu bağlamda 16-21 Kasım 2015 tarihleri arasında İtalya ziyaret edilmiş; deri, giyim ve ayakkabı sektöründe en fazla öne çıkan 2 şehir olan başkent Roma ve Milano'da çeşitli kurumlarla görüşme ve incelemeler yapılmıştır.

Tablo 40. İtalya İnceleme Ziyareti Programı

Tarih	Görüşülen Kurum	Şehir
16.11.2015	İtalya Ticaret Odası (Italian Chamber of Commerce)	Roma
16.11.2015	Ekonomik Kalkınma Bakanlığı (Ministry of Economic Development)	Roma
18.11.2015	Ulusal Ayakkabı, Deri Ürünleri, Deri İşleme Makineleri ve Aksesuarları Üreticileri Derneği (National Association of Italian Manufacturers of Footwear, Leathergoods, Tannery Machines and Accessories, ASSOMAC)	Milan
18.11.2015	İtalyan Ayakkabı Üreticileri Derneği (Italian Footwear Manufacturers Association, ASSOCALZATURIFICI)	Milan
19.11.2015	İtalyan Deri ve Deri İkamesi Ürünleri İmalatçıları Derneği (Italian Association of Manufacturing Leather and Substitutes, AIMPES)	Milan
19.11.2015	Deri Tabaklama Ulusal Birliği Derneği (National Union of Tanning Industry, UNIC)	Milan
20.11.2015	ModaPelle Akademi	Milan
20.11.2015	ARSUTORIA Moda Okulu	Milan

İtalya'daki deri, giyim ve ayakkabı sektörünü ve bu sektörlerde yer alan küçük işletmelerin rolünü inceleyerek, Türkiye'de hayata geçirilebilecek yeni politika, uygulama, teknoloji ve sistemler gibi önerilerin geliştirilmesi amacıyla yazılan İtalya ülke inceleme raporu; ülkedeki küçük işletmelere ilişkin bazı kilit konuları irdelemesi ve Türkiye için çıkarılabilecek iyi örnek uygulamalarını tespit etmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu rapor kapsamında ortaya konan ve detaylı olarak irdelenen unsurların bir özeti aşağıda sunulmaktadır.

Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründe Bir Başarı Örneği Olarak İtalya ile İlgili Değerlendirme ve Öneriler

İtalya'da KOBİ'ler önemli bir geleneğin temsilcisi durumundadır ve çok önemli bir avantaja sahiptir. KOBİ'lere bu avantajı sağlayan, hem bu geleneğe sahip çıkmaları hem de bireysel değil, birlikte hareket edebilme yeteneklerini geliştirmiş olmalarıdır. İtalya'da büyük işletmeler ile KOBİ'ler arasında çok güçlü bir bağ vardır ve bu durum ekonomik aktörler arasında yıkıcı değil, oldukça yapıcı ve ileriye götürücü bir rekabet ortamı oluşturmaktadır.

Çünkü İtalya’da daha çok aile şirketi olan KOBİ’ler, yüksek kaliteli ürünler üretmekte ve bu konuda “Made in Italy” markası ile de dünya piyasasında fark yaratabilmektedir.

Türkiye’de üreticilerin ama özellikle esnaf ve sanatkârın karşılaştığı sorunlardan en önemlisi Uzak Doğu’dan gelen ucuz ve kalitesiz mallarla rekabette zorlanmalarıdır. Benzer bir durum İtalya için de geçerlidir. Ancak Çin gibi ülkelerle fiyat rekabeti yapmak yerine, İtalya farklı bir müşteri kitlesine yönelerek kaliteli ve tasarım açısından özgün ürünleriyle rekabette kendine yeni bir yol çizmiş ve kendi piyasasını oluşturmuştur. Bu strateji, “Made in Italy” markasının da dünyada bilinmiş bir kalite imgesi olmasıyla başarılı bir şekilde desteklenmektedir.

İtalya’nın “Made in Italy” markasının benzeri, *Turquality* çalışmaları ile Türkiye’de de yapılmaya çalışılmıştır. *Turquality*, ülkemizin rekabet avantajını elinde bulundurduğu ve markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarına sahip firmaların, üretimlerinden pazarlamalarına, satışlarından satış sonrası hizmetlerine kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde yönetsel bilgi birikimi, kurumsallaşma ve gelişimlerini sağlayarak uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla global bir oyuncu olabilmeleri ve söz konusu markalar aracılığıyla “olumlu Türk malı” imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi amacıyla oluşturulmuş devlet destekli ilk ve tek markalaşma programıdır.¹⁵¹ Bu kapsamda patent, faydalı model ve endüstriyel tasarımlar; tanıtım, reklam ve pazarlama; ofis, depo, mağaza, lokanta, kafe kiralari, reyon kiralari, showroom kiralari; sertifikasyon, franchise dekorasyon, danışmanlık gibi alanlarda devlet destekleri planlanmıştır. İtalya’nın “Made in Italy” çalışmalarının tarihi 1980’lere dayanmaktadır. Türkiye’de *Turquality* çalışmalarının “TURQUALITY® Stratejik Planı” ve “Markalaşma Yol Haritası”nın kabul edildiği 2005 yılında başladığını kabul edersek, *Turquality* markasının başarıya ulaşması ve meyvelerini vermesi için henüz erkendir. İtalya, ayrıca “Made in Italy” markasını oluştururken, her sektöre yönelmek yerine, moda, gıda, mobilya ve makine olmak üzere sadece dört sektöre yönelmeyi planlamıştır. *Turquality* ise ilk zamanlar pilot olarak tekstil ve hazır giyim sektörünü kapsarken, sonrasında bu sektörler genişletilmiş ve hızlı tüketim ürünleri, dayanıklı tüketim ürünleri, kuyumculuk/mücevherat, otomotiv, endüstriyel makina sektörleri kapsama alınmıştır. Made in Italy markasının başarısının arkasında bir diğer önemli faktör, bu çalışmaların ilgili sektörlerdeki dernekler tarafından sahiplenilmesi ve bu derneklerin çalışmalarını bu yöne kaydırmalarıdır. İtalya’da ziyaret edilen tüm derneklerin, “Made in Italy” markası aracılığıyla uluslararasılaşmaya büyük önem verdikleri gözlemlenmiştir. Görüşülen tüm derneklerin temsilcileri, amaçlarının “uluslararasılaşma” olduğunu belirtmiştir. Bu durum, İtalya’da devlet, sektörel dernekler ve firmalar arasında güçlü bir ilişkinin kurulmasını beraberinde getirmiştir. Benzer şekilde, Türkiye’de de bu güçlü iş birliğinin kurulması amacıyla sektörel kuruluşların da *Turquality* markasını sahiplenmeleri gerekmektedir.

İtalya örneğinde görüldüğü üzere, moda, tasarım, model geliştirme ve üretim gibi alanlarda özel sektör ciddi bir deneyim ve potansiyele sahiptir. Bu durumun en temel sebeplerinden biri de ülkedeki özel sektörün uluslararasılaşma faaliyetlerini çok başarılı bir şekilde yürütmesidir. Bunun yanında, ülkede iş birlikleri ve sivil toplum yapılanmalarının

¹⁵¹ <http://www.turquality.com/hakkimizda/turquality-nedir> (Erişim Tarihi: 1.5.2016)

da gelişmiş olması, İtalya'yı dünyada öncü konuma taşımaktadır. Esnaf ve sanatkarların ürün geliştirme, moda ve tasarım konularında İtalya örneğinde kendini çok iyi gösteren iş birlikleri (Örneğin; üniversite kamu iş birliği veya ülkeler arası iş birlikleri) ve organize yapıların (Örneğin; dernekler ve meslek örgütleri) önemi ortaya çıkmaktadır. Bu yapılar, hem moda sektörünün sürekli kendini yenilemesine hem de firmaların bu konudaki kapasitelerinin artmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple Türkiye'de de benzer yapıların desteklenmesiyle özellikle moda, tasarım ve ürün geliştirme konularında esnafın kapasiteleri artırılabilir. Türkiye'de de iyi organize olmuş bir çalışma yapılmalıdır. Bu çalışmalar, İtalya'daki ilgili kurumlardan yardımlar alınarak ve ülkeler arası çeşitli iş birlikleri kurularak yürütülebilecektir. Bu bağlamda, ülkenin orta ve uzun vadedeki mevcut potansiyeli sistematik olarak moda tasarım ve ürün geliştirme konularında kazanımlar elde edebilecektir.

Türkiye'de esnaf ve sanatkarlar ile yapılan görüşmelerde sıklıkla dile getirilen konu, gelişmelerinde ve dünyaya açılmalarında fuarların önemi olmuştur. İtalya proje kapsamındaki sektörlerde çok önemli fuarlar düzenlemektedir. Esnaf ve sanatkarların, çok daha yoğun bir şekilde, başta İtalya olmak üzere dünya genelindeki fuarlara gerek ziyaretçi olarak, gerekse stant açarak katılımlarının sağlanması, onlara vizyon, enerji, kendine güven ve yeni pazarlar kazandıracak, birçok alanda dönüşümlerine katkı sağlayacaktır.

Makineleşme ve makineleşme maliyetlerinin yüksek olması, Türkiye'deki esnaf ve sanatkarlar ile yapılan görüşmelerde en çok dile getirilen konulardan biri olmuştur. Tedarik zincirlerinde üretilen katma değerın Türkiye'de kalması, ithalat bağımlılığının azaltılması ve bu kapsamda ihracatta rekabet gücüne kavuşması için Türkiye'nin de makineleşmede ilerlemesi gerekmektedir. Bu anlamda da İtalya, Türkiye için iyi örneklerden biridir. Dünya ticaretinde İtalya tekstil, ayakkabı ve deri işleme makinaları üretiminde en önemli ülkelerden biridir. Türkiye'de makineleşmenin artırılabilmesi için destek ve teşvik mekanizmaları geliştirilmeli, AR-GE yatırımları artırılmalıdır.

İtalyan sanayileşme modelinin en önemli ayaklarından birisi de ulusal ve yerel düzeyde geliştirilen politikalar ile KOBİ'lerin rekabet ortamına ve krizlere uyum sağlama kapasitelerinin yüksek olmasıdır. Bir iyi uygulama örneği olarak Türkiye için yapılabilecek çıkarımları değerlendirdiğimiz zaman iki ülke arasında bazı benzerlikler olsa bile tarihi, kültürel ve coğrafi özelliklerinden dolayı İtalya'daki KOBİ'lerin gelişme modeli olarak eşsiz bir sistem olduğunu kabul etmemiz gerekmektedir. Özellikle yerel kültürler ile bağdaşmış ekonomik davranış ve ilişkiler, eski tarihlerden gelen yerel toplumsal uyum ve ticaretin aileden geçen bir tecrübe birikimi olması bakımından İtalyan KOBİ deneyimi farklılık arz etmektedir. Bu özellikler, İtalya'daki KOBİ'lerin küresel rekabete ayak uydurarak, bunu yenilikçilik unsurları ile desteklemesine katkı sağlamıştır.

İtalya'yı başarılı bir uygulama yapan özelliklerinden biri tarihsel, kültürel ve coğrafi gelişimle uyumlu kümelenmelerin kurulmuş olmasıdır. UNIDO raporu, İtalya'daki kümelenmeleri 3 kategoriye ayırmıştır.¹⁵² Birinci kategori, **embriyonik kümelenmeler**; aynı veya benzer sektörlerden firmaların gruplaşmasıyla oluşan ve özellikle sanatkarların oluşturduğu

¹⁵² Bianchi, P., Miller, L. M. ve Bertini, S. 1997. The Italian SME Experience and Possible Lessons for Emerging Countries, UNIDO; <http://www.unido.org/fileadmin/import/userfiles/russof/itexsum.pdf> (Erişim Tarihi: 20.5.2016)

kümelenmelerdir. Bu aşamadaki kümelenmeler çok hassastır. Bu kümelenme modelinin örnekleri özellikle Güney İtalya'da bulunmaktadır. Embriyonik kümeler hâlâ yerel ve bölgesel pazarlara yönelik üretim yapmakta ve yurt dışındaki pazarlar ile olan ticari faaliyetlerini, aracı firmalar vasıtasıyla sağlamaktadır. Benzer durumlar ülkemizde de bulunabilmektedir. Bu aşamadaki kümelenmelerin geliştirilebilmesi için politika yapımcıların, üretimin artması ve yeni işletmelerin açılması için var olan sosyal, kurumsal veya altyapıdan kaynaklı engelleri ortadan kaldırarak, bölgedeki firmaların yerel ürünlerinin tanıtılmasını ve yeni pazarlara açılmasını desteklemeleri gerekmektedir.

İkinci kategoride yer alan **konsolide kümeler**, embriyonik aşamayı geçmiş ve belirli bir büyüklüğe ulaşmış firmaların bulunduğu kümelenmelerdir. Bu kümelenmelerde inovasyon mekanizmalarını hayata geçirmek gerekmektedir; çünkü bu kümelenmeler içerisindeki küçük firmalar, yerel rekabetçi firmaların, onların inovasyon ürünlerini taklit edeceklerinden çekinerek inovasyona yatırım yapamamaktadır. Bu aşamada politika yapımcıların, yerel işletmeler için ortak bir kimlik oluşturma çabaları geliştirmeleri gerekmektedir. Bu kimlik inşa edilebilirse ortak AR-GE çalışmalarının geliştirilmesi daha kolay olacaktır. Bu bağlamda kümelenmelerde özellikle teknoloji transferi ve hizmet sağlanması için altyapıların oluşturulması gerekir.

Üçüncü kümelenme kategorisi ise, **olgunlaşmış kümelenmeler**'dir. Bu kümelenmeler de belirli bir inovasyon kapasitesine ulaşmıştır ve "uluslararasılaşma" anahtar bir işlev görmektedir. Prato'daki tekstil kümelenmesi buna örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu kümelenmelerde yerel büyüme olanakları sınırlıdır ve firmalar daha çok, daha yüksek katma değerli ve uzmanlaşma gerektiren faaliyetler üzerine yoğunlaşmışlardır. Bu kümelenmelerdeki işletmelerin özellikle farklı bölgelerdeki kümelenmeler ve farklı ülkeler ile olan bağlantı ve iş birliklerini arttırmak gerekmektedir. Ayrıca bu bölgelerde küresel pazarda faaliyet gösterebilmek için gerekli olan modern ulaşım ve telekomünikasyon altyapısının tamamlanması gerekmektedir.

İtalya'da kümelenmeler ile ilgili iyi uygulamalardan bir diğeri ise kümelenmelerin, belediye ve şehir yönetimleri gibi kamusal kurumların desteği ile geliştirilmesidir. Bu kümelenmelerin altyapıları gelişmiştir ve üreticiler çok iyi koşullarda üretim yapabilmektedirler. Bunun yanında kümelenmedeki iş ortaklıkları ve firmaların birbirleri ile olan arz, talep, pazarlama, yenilik ve istihdam kullanımı gibi konularda iş birliği yapmaları kümelenmelerin başarılı şekilde üretim yapmasını beraberinde getirmektedir. Bu kümelenmelerin başarılı olmasının bir diğer sebebi ise sadece imalathanelerin değil, aynı zamanda bu bölgelerde kurulan eğitim kurumlarının ve fuarların da bu kümelenmelerin başarısını desteklemesidir.

Türkiye'deki KOBİ'lerin durumunun gelişmesi için, yukarıdan aşağıya müdahalelerin ve aşağıdan yukarıya yapılandırılmaların bir arada yapılması gerekmektedir. Bu sebeple Türkiye'de esnaf ve sanatkârın geliştirilmesi için üretilecek politikalar, esnek ve dinamik olmalıdır. Özellikle rekabetçi, ekonomik aktörlerin çeşitliliğini ve sosyal istikrarı sağlayan İtalya'daki kümelenmeler gibi, farklı endüstrileşme yöntemleri de benimsenmelidir.

Küçük ve orta ölçekli firmaların geliştirilebilmesi için, bazı gerekli makroekonomik önkoşulların sağlanması ve kümelenme şekline, kümelenmenin bulunduğu coğrafi koşullara

ve uzmanlık alanına göre farklılaşan stratejilerin geliştirilmesi, yerel yönetimlerin ve temsilci kuruluşların bu sürece aktif katılımlarının olması gerekmektedir. İtalyan örneği göz önünde bulundurularak Türkiye’de KOBİ’lerin kümelenme yapılanmaları, öncelikle potansiyelin belirlenmesi ve pilot kümelenme projelerinin uygulanması ile başlayabilir. Bu aşamada özellikle ekonomik ve kurumsal koşulların incelenerek; bu incelemeye uygun bir yapılanmaya girilmesi gerekmektedir. Bunun yanında yerel yönetimlerin güçlenmesi ve kümelenmeler arası iş birliğinin arttırılarak uluslararası bağlamda desteklenmesi gerekmektedir.

İtalya, AB ülkeleri arasında bürokratik işlemlerin en yoğun olduğu ülkelerden biri olsa da son dönemde yaptığı reformlar ile özellikle işe başlangıç süreçlerini kolaylaştırmıştır. İtalya’da tek bir maliye numarası ile İtalyan Ticaret Odalarına kayıt yapılabilmektedir. İtalyan Ticaret Sicili özellikle bir sistem altında birleşik bir yapıdadır ve bu işlemlerin daha kısa sürede yapılanmasını ve kurumlar arasındaki koordinasyonun daha iyi bir şekilde yürütülmesini sağlamıştır. Fakat İtalya’da da sistem kolaylaştırılmış olmasına rağmen yine de yerel otoritelerden sağlık, yangın ve yapı izni alınması zorunlu kılınmıştır. Fakat bu izinler de yine bir sistem altında birleştirilmiş Tek İletişim Noktalarından alınabilmektedir. Bunun yanında İtalyan işe başlangıç sisteminde, yapılan sözleşmelerden istenen noter onayı gibi maliyetleri arttıran koşullar da söz konusudur. Yabancı yatırımcılar açısından ek bürokratik işlemlerin olması, yine bazı durumlarda caydırıcı olabilmektedir. Bu bakımdan İtalyan işe başlangıç sisteminin genel değerlendirmesi yapıldığında, bazı bürokratik işlemlerin birleştirilmesi ve kayıt sisteminin tek kurumdan yapılması olumlu olarak görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’deki sistemin basitleştirilmesi çalışmalarında da ilk aşamada örnek alınabilecek bir sistem olarak görülebilmektedir.

Bunun yanında İtalya’da mikro, küçük, orta büyüklükteki işletmelerin yaşadığı önemli sorunlar da bulunmaktadır. Örneğin, bu firmalar ihracatla ilgili gümrük mevzuatında çeşitli sorunlar yaşayabilmektedir. Gümrük işlemlerinden dolayı özellikle Asya ülkeleri, Rusya ve Çin, ihracatın en zor olduğu ülkeler arasındadır. Amerika ile ihracat da her ne kadar kolay gibi görünse de, oldukça zordur. Buna ek olarak, İtalya’daki en önemli sorunlardan biri sahte ürünlerdir. Bu durumla çok ciddi bir şekilde mücadele edilse de, taktit ürünlerin tam olarak önüne geçilememektedir. Bu sahte ürünler sokaklarda olduğu gibi internet üzerinden de satılabilmekte ve bu da en büyük zararı mikro ve küçük işletmelere vermektedir. İtalya’da sahte ürünleri üretenler de kullanıcılar da cezalandırılabilir. Tüketicinin sahte ürünleri ayırt etmesi oldukça zordur. Bunlar orijinalleriyle birebir aynı olabilmektedir. Sahte ürünlerle ilgili en önemli sorun, bu ürünlerde insan sağlığına zararlı kimyasalların olabilme ihtimalidir. Dernekler, sahte ürünlerle ilgili çok sayıda bilinçlendirme kampanyaları düzenlemektedir. Sahte ürünlerle ilgili İtalya gümrükleri ile bir anlaşma bulunmaktadır. Gümrüklere gelen ürünlerden örnek alınmakta ve bu örnekler test edilmektedir; testlerin sonucunda sahte çıkan ürünler gümrüklerde imha edilebilmektedir. Bu uygulama, hem üreticiyi hem de tüketiciyi korumaktadır.

Önemli sorunlardan bir diğeri ise vergilerin çok yüksek olmasıdır. Bazı vergi muafiyetleri olsa bile İtalya’da hem ulusal vergiler, hem de firmanın bulunduğu yere göre bölge vergileri bulunmaktadır. Bunlar toplanınca İtalya’daki vergi oranları %31’i geçmektedir.¹⁵³ Benzer

¹⁵³ Taxation and Investment in Italy 2015.

şekilde istihdam üzerindeki vergiler de çok yüksektir. KOBİ'ler için vergi oranlarının düşürülmesi ile ilgili çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada, ödeme kolaylığı ve bazı vergi oranlarının düşürülmesi planlanmıştır.

İtalya, firmaların yaşadığı sorunlara rağmen özellikle uluslararasılaşma, markalaşma, kümelenme konularında izlenen politikalar ve atılması gereken adımlarla ilgili Türkiye için model olabilecek ülkeler arasında yer almaktadır. Bu kapsamda, İtalya'nın daha detaylı bir şekilde incelenmesine; Türkiye ile aralarındaki gelenek ve iş yapma kültürleri arasındaki farklar dikkate alınarak uygulanabilir politikalar geliştirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

10.2. Çin

Projenin yurt dışı incelemeleri kapsamında ikinci ülke incelemesi Çin Halk Cumhuriyeti üzerine gerçekleştirilmiştir. Çin'in seçilme nedeni, ülkenin son çeyrek yüzyılda yapmış olduğu büyük ekonomik atılım ve deri, tekstil/giyim ve ayakkabı sektörlerinde dünya ticaretindeki en büyük oyuncuların başında geliyor olmasıdır. Bu bağlamda 28 Kasım-5 Aralık 2015 tarihleri arasında Çin ziyaret edilmiş; deri, giyim ve ayakkabı sektöründe öne çıkan 4 şehirde (Şangay, Pekin, Shenzhen, Guangzhou) çeşitli kurumlarla görüşme ve incelemeler yapılmıştır.

Tablo 41. Çin İnceleme Ziyareti Programı

Tarih	Görüşülen Kurum	Şehir
30.11.2015	Şangay Tekstil Derneği (Shangai Textile Association)	Şangay
30.11.2015	Çin Tekstil ve Giyim Ulusal Konseyi (China National Textile and Apparel Council)	Şangay
02.12.2015	Tekstil ve Hazır Giyim İhracat ve İthalatı için Çin Ticaret Odası (China Chamber of Commerce for Import/Export of Textile and Apparel)	Pekin
02.12.2015	Pekin Büyükelçisi Ali Murat Ersoy Ziyareti	Pekin
02.12.2015	Çin Deri Sanayi Derneği (China Leather Industry Association)	Pekin
03.12.2015	Shenzhen Longgang Ayakkabı Derneği (Shenzhen Longgang Footwear Association)	Shenzhen
04.12.2015	Guangdong Ayakkabı Üreticileri Derneği (The Association of Guangdong Shoes Manufacturers)	Guangzhou
04.12.2015	Guangzhou Başkonsolosu Batu Kesmen Ziyareti	Guangzhou

Toplanan bilgi ve gözlemler, kapsamlı bir masa başı araştırmasıyla desteklenmiş ve mümkün olduğu kadar geniş ve derin bir profil oluşturulmaya çalışılmıştır. Tüm bu incelemelerin neticesinde deri, ayakkabı ve giyim sektöründe dünyanın en önde gelen ekonomik aktörlerinden biri olan Çin örneğinde, öne çıkan başarı unsurları aşağıda özetle irdelenmektedir.

Aşağıda irdelenen ve sektörde Çin'in başarılı olmasını sağlayan unsurlardan bir kısmı, Çin'in nevi şahsına münhasır özelliklerinden kaynaklandığından, Türkiye'de bire bir uygulanma imkânı bulunmamaktadır. Zaten amaçlanan, başka bir coğrafya ve onun ekonomik, siyasal, sosyal bağlamında başarıya ulaşmış uygulamaları aynen taklit etmek değil;

başarıyı getiren unsurların dikkatle analiz edilmesi ve mevcut bağlamın özellik ve gerekliliklerine göre uyarlanarak Türkiye'ye özgü uygulamaların oluşturulmasıdır.

- **Yatay-Dikey Kümelenme ve Entegre Üretim**

Çin'in son yıllardaki hızlı yükselişinin ardındaki en önemli etken; dikkatli ve kapsamlı bir planlama sonucunda oluşturulmuş yatay ve dikey kümelenme uygulamalarını bir araya getiren ve böylece her ikisinin de avantajlarını üst düzeye çıkaran stratejidir. Bu yalnızca deri, ayakkabı ve giyim sektörleri için değil, ekonomideki bütün önemli sektörler için geçerlidir.

Bilindiği gibi yatay kümelenme; aynı ya da benzer iş kolundaki çok sayıda işletmenin bir araya gelmesiyle maliyetlerin düşürülmesini, daha sağlıklı ve verimli üretim şartlarının oluşturulmasını ve ilgili iş kolunda bir cazibe merkezi olarak öne çıkılmasını sağlamayı hedefleyen uygulamalara verilen isimdir. Öte yandan dikey kümelenme ya da arz zinciri kümelenmesi ise, bir ürünün üretilmesindeki tüm aşamaları gerçekleştiren işletmelerin bir araya gelmesini ve böylelikle ham madde ve aksesuardan tüm üretim aşamalarına kadar her şeyin tek bir yerde yapılmasını öngörmektedir. Bu uygulama da özünde hem maliyetleri ve üretim zamanını düşürmeyi hem de kaliteyi yükseltmeyi hedeflemektedir.

Ülke inceleme raporunda detaylı şekilde aktarıldığı gibi, Çin'de birbirinden değişik özelliklere sahip olan çok sayıda farklı kümelenme modeli benimsenmekte; ülkenin çeşitli yerlerinde özel ekonomik bölgeler bu stratejiye uygun biçimde oluşturularak yönetilmektedir. Bu uygulamalarda Çin'i öne çıkaran unsurlar şunlardır:

- **Entegre Üretim Süreci:** Çin, sayılan avantajları maksimize edebilmek amacıyla bir bölgeyi özel ekonomik bölge olarak belirlediğinde, ham maddesinden paketine yerleştirilen son ürüne kadar aynı bölgede üretim yapılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla bu planlama gerçekleştirilirken, ilgili ana pazarlara sevkiyatın nispeten kolay olacağı liman, demiryolu vb. lojistik avantajlara sahip yerler olmasına da dikkat edilmektedir. Zaten, doğal olarak belli sektörlerin üretim yapmasına elverişli olan bölgelerde bulunan yerleşik işletmelerin çevresinde büyük kümelenme uygulamaları gerçekleştirilmiştir.

Ham maddesinden başlayarak aynı bölge içinde hızlı bir şekilde son ürünün sevkiyatına kadar geçen üretim sürecinin bu entegre yapısı, maliyetleri düşürmekte, üretim hızını ve kaliteyi ise yükseltmektedir. Çok önemli bir unsur olarak altı çizilmesi gereken bir diğer özelliği ise üretim sürecindeki tüm ara aşamalarda farklı üreticilere ödenebilen komisyon ve aracı maliyetlerinin de içerde kalmasını sağlamasıdır.

Ayrıca bu politika, gelişmişlik seviyesi göz önünde bulundurularak farklı bölgelere yatırımların yönlendirilmesi, her bir bölgenin genel ticaret içinde avantaj sağlayabileceği bir üretim alanında uzmanlaşmasının sağlanması ve dolayısıyla da görece fakir olan bölgelerin kalkındırılması ve bölgeler arası gelir farklılıklarının giderilmesi açısından da fayda sağlamaktadır.

- **Ölçek:** Bu stratejiyle elde edilecek olan ekonomik fayda, kümelenme uygulamasının ölçeğiyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, dünyanın en kalabalık ülkesi olması nedeniyle Çin çok büyük bir avantaja sahiptir. Bu konuda

bir örnek açıklayıcı olacaktır. Araştırma kapsamında ziyaret edilen şehirlerden olan Schenzhen, Çin'in Guandong eyaletindeki önemli ekonomik merkezlerden biridir. Bu şehir aynı zamanda, 1980 yılında Çin'in ilk olarak Özel Ekonomik Alan (ÖEA) olarak belirlediği şehirdir; ÖEA olarak belirlenmeden önce 30 bin kişilik bir nüfusa sahip olan küçük bir sahil kasabası hüviyetindedir. 35 yıllık bir sürenin ardından 2015 yılında Schenzhen, şehir merkezinde nüfusu 11 milyona yaklaşmış ve hinterlandı da dikkate alındığında 18 milyonun üzerinde insanın yaşadığı devasa bir metropole dönüşmüştür.

Böylesi devasa bir ölçekte elde edilen üretimdeki verim artışı ve maliyetlerdeki düşüş de hâliyle büyük bir ölçekte gerçekleşmektedir. Ülke raporunda da aktarıldığı gibi 1980'lerde başlayan süreçte 300 milyon insan kırsal kesimlerden ayrılarak şehirlere yerleşmiştir. Bu hareketin nispeten küçük bir bölümünün kendiliğinden gerçekleştiği; büyük kısmının bilinçli bir hükümet vizyonu doğrultusunda önceden kurulan şehirlere insanların yönlendirilmesi yoluyla yönetildiği söylenebilir.

- **Uzmanlaşma:** Bu kadar büyük ölçeklere sahip olmasına rağmen Çin'deki kümelenme uygulamalarında önem arz eden bir başka husus da özelleşmedir. Örneğin kadın, erkek ve çocuk ayakkabıcılığı için farklı kümelenme bölgeleri belirlenmiştir. Böylece yatay ve dikey kümelenmeden elde edilen avantajların daha da rafine bir şekilde getirilmesi ve artırılması hedeflenmektedir.
- **Dış Yatırım:** Çin'deki kümelenme uygulamalarının öne çıkan bir diğer özelliği de dış yatırımı, kümelenme uygulamalarına çekmekteki başarısıdır. Üretim kümelenmeleri ile serbest ticaret bölgesi özelliklerinin bir araya toplanması, etkili olan faktörlerdendir. Yine yukarıda açıklanmış olan üretim ve satış süreçlerinin entegre bir şekilde planlanması da önemlidir. Böylece üretimin kimler için yapıldığı, ürünlerin hangi pazarlara gönderileceğinin önceden dikkate alınması kümelenme uygulamalarından elde edilen faydaları artırmaktadır.
- **Büyük İşletme/Üreticilerle Fason Üretim Yapan Daha Küçük Ölçekli İşletmeleri Etkin Şekilde Bir Araya Getirme:** Çeşitli kümelenme uygulamalarında, farklı ölçeklerde çok sayıda işletme bulunmaktadır. Çin'deki uygulamada, başarısıyla öne çıkan diğer bir stratejik uygulama bu bölgelerdeki üretimi çok iyi koordine etmek suretiyle dünya pazarlarıyla bağlantılı olan büyük ölçekli işletmeler ile orta ve küçük ölçekli işletmeleri birlikte çalışma konusunda teşvik edebilmesidir. Böylece daha etkin satış ve pazarlama ağ ve mekanizmalarına sahip olan büyük işletmeler siparişleri toplamakta; üretimde ise çok çeşitli işletmeler fason üreterek bu siparişin gerekli standartlar dâhilinde ve istenen süre içinde yetiştirilmesini sağlamaktadır. Bu uygulamanın bir diğer avantajı da aynı sektördeki farklı işletmeleri birbirlerinden müşteri kapmaya çalışsan, bu amaçla fiyat kırıp bütün işletmeler açısından olumsuz sonuçlara neden olan rakipler olarak değil, eşgüdüm içinde ortaklar olarak varlıklarını sürdürebilmelerini sağlamaktır.

- **İhracata Dayalı Ekonomiden Tüketime Dayalı İç Piyasaya Yönelik Ekonomiye Geçişin Fırsatları**

Çin'in küresel ticaret piyasalarında söz sahibi olmasını sağlayan ekonomik vizyon, ülkenin ekonomik kalkınmasını ihracata dayalı bir stratejiye dayandırmış; bu kapsamda ucuz ve çok miktarda üretimi bir araç olarak kullanmıştır. Bu süreç içerisinde doğal ve insan kaynaklarından faydalanırken maliyetleri düşürmeyi en önemli prensip edinen ekonomik yönetim, ülkeyi; önemli insan hakları ihlalleri, geleneksel tarımsal üretim ve yaşam biçimlerini terk ederek şehirlere doluşan milyonlarca işçinin yarattığı toplumsal sorunlar, ucuz olmasından dolayı kömür yakmaya devam eden devasa sanayi kuruluşlarının ürettiği ve dönemsel olarak hayatı felç eden duman bulutları ile bunun yarattığı sağlık riskleri gibi pek çok sorunla yüz yüze bırakmıştır. Ayrıca dünya piyasalarında ucuz olmasından dolayı hâlâ yüksek talep görüyor olsa da "Çin malıdır" ibaresinin bir ürünün düşük kaliteli, sağlıksız ve taklit olduğunu gösterdiği yönünde yerleşen görüşler de, uzun vadede bu ürünlere talebin düşeceğini habercisi olarak görülmektedir.

Bütün bu nedenlerden dolayı Çin, ekonomisinde büyük bir dönüşüme gitmeye başlamıştır. Aktarıldığı gibi, bu dönüşümün özündeki düşünce; neredeyse 1.5 milyar kişiden oluşan bir ülkenin kendi iç piyasasının geliştirilmesi hâlinde çok daha sağlıklı, insanca ve kaliteli üretimi destekleyebilecek büyüklükte olacağıdır. Diğer bir deyişle Çin hükümeti artık, uluslararası piyasalardaki fiyat rekabetçiliğini sürdürebilmek için insanların düşük ücretler karşılığında insanlık dışı şartlarda günün büyük kısmını çalışarak geçirmesini ve bu süreç sırasında doğa ve çevreye geri döndürülemez zararlar verilmesini istememektedir. Bu nedenle gerçekleştirilmesi öngörülen büyük dönüşümün pek çok ayağı bulunmaktadır:

- İşçi ücretlerini ve toplumun diğer kesimlerinin gelir seviyelerini yükselterek, modern piyasa ekonomisinin sürdürülebilirliğini sağlayacak tüketim pratiklerini benimseyen bir orta sınıfın inşası;
- İhracatta daha yüksek kalite ve fiyattaki segmentlerin hedeflenmesi ve bu amaçla üretim süreçlerinde teknolojik araçların, yenilikçi uygulamaların ve sektöre yön verici proaktif bir stratejinin izlenmesi;
- Çevre sorunlarına duyarlı ve yeşil üretim süreçlerinin benimsenmesi;
- Eğitim başta olmak üzere insan kaynaklarına yatırımın artırılması; orta sınıfın tüketim pratiklerinin yanı sıra yeni yüzyılın sermaye ekonomisinin gerekleriyle bütünleşik kültürel pratiklerinin de benimsemesinin sağlanması;
- İhracat-ithalat dengesinin kurulmasıyla iç piyasaların ihtiyaçlarının en kaliteli ve finansal açıdan elverişli koşullarda sağlanması, bu hedefle dünyanın her yanındaki ülke ve pazarlarla iş birliği koşullarının aranması;
- E-ticaret başta olmak üzere çağdaş ekonominin yeni platformlarında belirleyici bir aktör olarak yer alınmasıdır.

Bu büyük dönüşüm, Çin'le ekonomik ilişkiler bağlamında önemli fırsatları da beraberinde getirmektedir. Bugüne kadar ticarete tercih edilen bir satıcı olan Çin'in olgunlaşmakta olan ve kişi başına düşen millî gelirin her geçen gün arttığı devasa bir pazar olarak

görölmeye başlaması gerekmektedir. Özellikle e-ticarete büyük önemin verildiği ve yatırımın yapıldığı ülkeye mal satmak yalnızca büyük işletmeler için değil, nispeten küçük ölçekli işletmeler için de mümkün olabilmektedir. Uzun bir dönem dışarıya kapalı kalmış; sonra ise piyasada alım gücü düşük olduğundan daha çok ihracat yaparak açılmış; tüketim zevki her geçen gün gelişmekte olan orta sınıf sayısının milyonlarla ifade edildiği bu piyasada kendine yer bulmak, her ülke için çok önemlidir. Kalite ve ürün çeşitliliği bakımından ayakkabı, deri ve giyim sektöründe önde gelen ülkelerden biri olan Türkiye, bu bağlamda, Çin'in bu dönüşümünden payına düşen faydayı elde etmeye çalışmalıdır.

Türkiye ile Çin arasında hâlihazırda önemli ekonomik ilişkiler bulunmaktadır. Bir Kuşak Bir Yol (Yeni İpek Yolu) Projesinde Türkiye durak ülkelerden biridir. Türkiye'deki firmalar Çin'de yapılan fuarlara katılım sağlamaktadır. Özellikle Uludağ İhracatçıları Birliğinden 20 Türk firması, 2015 yılında ev tekstili ve kumaş ile ilgili fuarlara katılım sağlamıştır. Ayrıca Haziran 2016'da Türkiye'de yapılan fuara da dernek ve firmalar tarafından katılım sağlanacaktır. Türkiye ve Çin tekstil sanayisi birbirini çok iyi tanımaktadır. Çin, Türkiye ile güçlü ilişkiler yürütmekte ve sürekli görüşmektedir. Avrupa da Türkiye'nin tekstil sanayisini çok iyi tanımaktadır. Bu ikili ilişkiler sıklaştırılarak sürdürülürken Türkiye'den ekonomik aktörlerin perspektifleri yalnızca Çin'den ürün almak ya da Çin'e üretim için sipariş vermek değil, aynı zamanda Çin'e nasıl ürün satılabileceğinin yollarını bulmak olmalıdır.

• KOBİ'lere Sağlanan Büyük Destek

KOBİ'ler istihdamdan ihracata, üretimden ödedikleri vergiye kadar Çin ekonomisinin lokomotif konumundadırlar. Ülke raporunda bu durum veri ve istatistiklerle detaylı şekilde ele alınmıştır. Aynı şekilde, sektör bazında özel teşvik ve destek mekanizmaları bulunmakla birlikte, Çin'de 2002'de çıkarılan KOBİ Destek Kanunu ile bu tür işletmelere kurulmalarından itibaren sağlanan destek ve teşvik mekanizmaları raporda detaylarıyla ele alınmıştır. Bu mekanizmaları tekrar etmeksizin, güçlü bir KOBİ yapılanmasının ekonomik gelişme ve kalkınma içinde ne kadar önemli bir yer tuttuğunun ve KOBİ desteklerinin Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomiler için büyük sanayiye desteklemek kadar önemli bir strateji olduğunun altı bir kez daha çizilmelidir.

Çin örneğinde KOBİ'lere sağlanan desteklerde göze çarpan bazı özellikler şunlardır:

- KOBİ'lerin desteklenmesi temel bir ekonomik vizyon ve stratejik unsur olarak benimsenmiş, bu konu bir kanunla düzenlenerek daha önemli bir ekonomik hedefin alt başlığı olarak ele alınmamıştır.
- KOBİ'lere sağlanan destek, istihdam politikasındaki belli hedeflerle eşgüdüm-lü tasarlanmıştır; böylece işsiz, yeni işten çıkarılmış ya da engellilerin KOBİ'lerde istihdam edilmesi teşvik edilmiştir.
- KOBİ'lere destek sağlanması kapsamında merkezî ve yerel yönetimler, merkez bankası ve özel bankalar, KOBİ'lerin kendileri ve özel sektördeki işletmeler de dâhil olmak üzere çok çeşitli kesimlerden kurumlara görev ve sorumluluklar verilmiş; konu yalnızca bir kurumun yetki ve sorumluluğunda tanımlanmamıştır.

- KOBİ'lerin kurulmaları, ulaşılabilir kredi ve finans imkânlarına kavuşmaları, teknolojik inovasyon, vb. konu başlıkları ayrı ayrı ele alınmış; her biri için farklı destek ve teşvik mekanizmaları tanımlanmıştır.
- KOBİ'lerin kurulmalarından önce devlet, ilgili organları vasıtasıyla doğru yönlendirme ve bilgilendirme sağlanmasını; böylelikle KOBİ'lerin sağlam ve uzun vadeli bir vizyonla kurulmalarını amaçlamıştır.
- Kurulmalarından sonra da devlet KOBİ'lerin markalaşması, yenilikçi ürünler ve üretim teknolojilerine yönelmesi, ihracat ve yurt dışı yatırımı yapmaları ve kendi pazarlarını oluşturma çalışmaları gibi stratejik adımlarının tamamında KOBİ'leri bilgilendirme, onlara yol gösterme ve onların önlerini açma görevini ilgili kurumlara vermiştir.

- **Kalite mi, Düşük Maliyet mi?**

İdeal bir dünyada en kaliteli ve en fazla talep gören ürünü tasarlayarak, en düşük maliyetle üretip satmak istenir. İçinde yaşadığımız dünyanın gerçekleri ise bu isteğin gerçekleştirilmesinin zorluğuna işaret etmektedir. İncelenen Çin ekonomisi de bunun en güzel örneklerinden birini oluşturmaktadır. Çin uzun yıllar boyunca, kalitesi düşük de olsa ucuz üretim ve satış stratejisini izlemiş; dünya piyasalarında bu yolla önemli bir yer edinmiştir. Elbette dünyanın en kalabalık nüfusuna ve medeniyet tarihi kadar eski ve geniş topraklara sahip olmak gibi bazı doğal avantajların da onu bu stratejiye yönelttiği belirtilmelidir. Ancak neticede geline nokta Çin, bu ekonomik stratejinin uzun vadede sürdürülebilir olmadığını; bunun, hem çeşitli toplumsal patlamaları gerçekçi bir risk olarak ortaya çıkardığını hem de insan sağlığını fazlasıyla tehdit eden çevresel olumsuzluklara neden olduğunu kabul etmiş görünmektedir. Bu nedenle de bütün enerjisini ve ekonomisini, uluslararası piyasalardaki yerini dönüştürmeye harcamaktadır.

Türkiye açısından bu sürecin doğru okunması ve akılcı bir şekilde değerlendirilmesi çok önemlidir. Çin ekonomisi dünyaya açılmadan ve gelişen ulaşım ve iletişim teknolojileri sayesinde küresel piyasalarda ucuz Çin malları önemli bir yer kazanmadan önce Türkiye ve benzeri başka ülkeler de nispeten düşük maliyetleriyle ürettikleri ürünleri düşük fiyatlarla dünya piyasalarına satabilmekteydi. Örneğin 1979 yılı içinde Türkiye'nin toplam tekstil-giyim ihracatı 403.1 milyon dolar; toplam tekstil-giyim ithalatı ise 45.6 milyon dolar olmuştur. 1979 yılında yapılan tekstil-giyim ihracatı, Türkiye'nin toplam ihracatın neredeyse %18'ini teşkil etmiştir. 1990 yılında Türkiye'nin tekstil ve giyim ihracatı toplamda 5 milyar dolara yaklaşmış ve ülkenin toplam ihracatının %38'lik kısmını teşkil etmiştir. 2000 yılında bu ihracat kalemi 10 milyar doları aşmış ve toplam ihracatın %37'sini oluşturmuştur.¹⁵⁴ Aynı sektörde ihracat, 2005 yılında 18.9 milyar dolar (%25); 2010 yılında 21.5 milyar dolar (%18)'dir. 2013 yılında bu ihracat 27.3 milyar dolara yükselmiştir. Bu miktarın neredeyse %80'lik bir bölümü Avrupa ve Merkez Asya bölgesindeki ülkelere gerçekleştirilmek-

¹⁵⁴ Abdullah Uğur (2003) "Türkiye'nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi", Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/33/825/10464.pdf> (Erişim Tarihi 15.6.2016)

tedir.¹⁵⁵ Aynı yıl içinde Çin'in yapmış olduğu tekstil ve giyim ihracatı, 274 milyar doların üstündedir ve bunun 93.3 milyar dolarlık kısmı, Avrupa ve Merkez Asya bölgesindeki ülkelere yapılmaktadır. Yani Çin, dünyanın öbür ucundan Avrupa ülkelerine, Türkiye'nin 4,5 katı fazla ihracat yapmaktadır.

Bir önceki başlıkta da aktarılan ekonomik dönüşüm, Türkiye'ye, küresel pazarda Çin'in boşaltacağı yeri dolduran ülkelerden olma olanağı sunmaktadır. Bu elbette dikkatlice değerlendirilmesi gereken bir seçenektir. Yukarıda detaylı şekilde aktarılan Çin örneği, orta ve uzun vadede, kalite ile öne çıkmanın Türkiye açısından çok daha faydalı olacağını göstermektedir. Türkiye, sahip olduğu stratejik coğrafi konum ve hâlihazırda kurmuş olduğu bağları daha etkin kullanarak bölgesinde ve dünyada en kaliteli tekstil ve giyim ürünlerini satan merkez olma özelliği için mücadele etmelidir. Düşük maliyetle, düşük kaliteli ürünleri ucuza satan ülke olmanın tercih edilmesi hâlinde, Çin'in yanı sıra Hindistan, Bangladeş ve daha pek çok ülkeyle fiyat rekabetine girilecek, bu da ülke ekonomisi için zararlı olacaktır.

Bu bağlamda ülkenin ekonomik vizyonuna yansıtılması gereken bu stratejik tercih, esnaf ve sanatkârlar açısından da göz önünde bulundurulması gerekli bir tercihtir. Özellikle ihracatını artırarak büyümek isteyen esnafın, maliyeti kısararak daha ucuza satabilmek için kaliteden taviz vermek yerine; daha sağlam ve kaliteli ürünler üretmesi ve müşterileri bularak ikna etme konularına daha fazla zaman ve kaynak ayırması gerekmektedir.

• Taklit ve Jenerik Ürünler mi? Markalaşma, Yenilikçilik ve Sektör Liderliği mi?

Bir önceki bölümde aktarılan benzer bir stratejik tercih de üretilen ürünlerin niteliğiyle ilgilidir. Çin, geçmişte ünlü markaların taklit ve imitasyonları ile herhangi bir markalaşma olmaksızın tamamen işlevsel olan gömlek, tişört veya ayakkabı gibi jenerik ürünler üretmeyi tercih etmiştir. Son dönemlerde ise teknolojik alt yapı, inovasyon ve yenilikçi üretim sistemlerine büyük yatırım yaptığı gibi, kendi markalarını oluşturma ve küresel piyasalarda liderlik konumuna gelme hedefini önüne koymuştur.

Elbette ki bu hedefi önüne koymak ve başarmak ayrı şeylerdir; Çin'in bu konuda ne kadar başarılı olabileceğini zaman gösterecektir. Ancak geleceğe yönelik bir vizyon bütünlüğü açısından modada, üretim teknolojilerinde ve pazarlama kanallarında, başka ekonomik aktörlerin belirlediği standartları takip etmek yerine; kendi standartlarını belirleyen bir aktör olma hedefi, orta ve uzun vadede çok daha makul bir stratejik seçim olarak görülmektedir.

Bu bağlamda, yalnızca var olan talepler doğrultusunda belli markaların taklit ürünlerini ya da herhangi bir özelliği bulunmayan jenerik ürünleri üretmek yerine; markalaşarak piyasalarda kendi talebini yaratmaya yönelmek, çok önemli ve değerli bir stratejik vizyon olarak öne çıkmaktadır. Bu ancak insan kaynağına daha fazla yatırım yapılması, tasarım ve pazarlama konularına şimdikinden çok daha yüksek miktarlarda kaynak ayrılması ve sektördeki kalite standartları belirlenirken markalaşma ve kurumsallaşma gibi konulara da önem verilmesiyle gerçekleştirilebilir. Bunun alternatifi, uygulanması çok daha kolay ve kısa vadede muhtemelen daha kârlı olan, piyasadaki mevcut talepler doğrultusunda ve tutmuş

¹⁵⁵ Dünya Bankası Verileri http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/TUR/Year/2013/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/50-63_TextCloth (Erişim Tarihi 15.6.2016)

marka ve modelleri taklit ederek en ucuz ürünlerin üretilerek satılmasıdır. Bu türlü bir uluslararası fiyat rekabetine girmenin daha uzun vadede Türkiye'nin lehine olmayacağı yukarıda da belirtilmiştir.

- **Çevreye-Sağlık Konularına Duyarlılık ve Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme**

Çin'e yapılan araştırma ziyareti kapsamındaki Şangay görüşmelerinin ardından 30 Kasım akşamı Başkent Pekin'e geçmek üzere yola çıkan inceleme delegasyonu, hava kirliliği nedeniyle görüş mesafesinin sıfıra yaklaşması sonucu uçuşların iptal edilmesiyle Şangay'da bir gece daha konaklamak zorunda kalmıştır. Ertesi gün Pekin'e ulaşıldığında hava kirliliği büyük ölçüde sürmekte; sokaklarda âdeta göz gözü görmemektedir. Büyük sanayi tesislerinin oluşturduğu hava kirliliği, yalnızca görüşü azaltarak günlük hayatı sekteye uğratmakla kalmayıp; içinde bulundurduğu çeşitli partiküller nedeniyle astım başta olmak üzere birçok solunum yolu hastalıklarına da neden olmaktadır. Hava kirliliğinin dışında toprak kirlenmesi, su kaynaklarının kirlenmesi ve endüstriyel atıklar gibi konular, Çin'in son derece hızlı sanayileşme sürecinin ve devasa ölçeklerdeki endüstriyel üretimin bir sonucu olarak ortaya çıkmış; şu anda ülkenin geleceğini en fazla tehdit eden sağlık risklerini tetikleyen unsurlar olmuştur.

Endüstriyel üretimin çevreye verdiği zararlar ve toplum sağlığında oluşturduğu risklerin yanı sıra, Çin'de üretilen düşük kaliteli ürünlerden pek çoğunun insan sağlığına zararlı çeşitli kimyasal maddeler içerdiği de zaman içinde ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, özellikle deri, giyim ürünleri ve ayakkabılarda belirlenen kanserojen kimyasallar, pek çok farklı ülkedeki insanın sağlığını bozduğu gibi, uluslararası piyasada Çin ürünlerinin itibarının da bozulmasına sebep olmuştur.

Çin, son yıllarda, bir yandan Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası kurumların baskısıyla, bir yandan da defaatle bahsedilen ekonomik dönüşümünün bir parçası olarak bu konuda daha fazla özen göstermeye başlamış; ürünlerinde kalite denetimleri kadar sağlık denetimlerini de artırmıştır. Çin'in sahip olduğu deneyim, sanayileşme konusunda atılım hâlinde olan tüm ülkelere endüstriyel tesislerini planlayıp oluştururken çevreye daha az zararlı olacak ve toplum sağlığını riske atmayacak şekilde hareket edilmesinin önemini göstermektedir. Aynı şekilde üretilen ürünlerin insan sağlığına zararlı olması hem uluslararası kurumlar nazarında ülkeyi zora sokmakta, hem de küresel ticarete çok önemli bir itibar kaybına neden olmaktadır.

11

Bölüm 11

Sektördeki İyi Uygulama
Örnekleri



Projenin teknik şartnamesinde, belirlenen beş alanda başarılı görülen 10 adet işletmenin incelenmesi öngörülmüştür. Başarılı uygulamaların seçildikleri alanlar şunlardır:

- Yenilikçilik ve teknoloji
- Başarılı büyüme
- Ortak tedarik ve ortak pazarlama
- Değişim ve dönüşüm
- Mevzuata uygunluk veya resmî kurumlarla ortak çalışma.

Deri, giyim ve ayakkabı sektörünün oldukça geniş bir sektör olması ve içerisinde birbirinden farklı pek çok meslek barındırıyor olması nedeniyle proje ekibi ve Genel Müdürlük, sektör analizinin daha sağlıklı yapılabilmesi için yapılan ziyaret ve yerinde incelemelerin sayısını artırmıştır. Benzer bir şekilde bu çalışma kapsamında esnaf ve sanatkârlara ait olan işletmelerin yanı sıra esnafın da yer aldığı ve sektörde önemli etkileri bulunan Küçük Sanaayi Sitesi, Kooperatif, Mesleki ve Teknik Lise ve İzmir Gelinlik Fuarı gibi farklı kurum ve organizasyonlar da ziyaret edilmiş ve yerinde incelenmiştir. Buna bağlı olarak toplam 18 yerinde inceleme ve 30'a yakın yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu yerinde incelemelerle ilgili bilgiler, aşağıdaki tabloda özetlenmiş, her bir ziyaret ve görüşme ile ilgili detaylı bilgi ise bu raporun devamında sunulmuştur.

İyi uygulama örneklerinin yerlerinde incelenmeleri sırasında, işletme sahibi esnaflarla yarı-yapılandırılmış birer mülakat gerçekleştirilmiştir. Yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği önceden hazırlanmış görüşme temaları ve soruları içeren bir akış çizelgesi kullanarak hem üzerinde bilgi toplanmak istenen konuların gündeme getirilmesini sağlamayı, hem de farklı tarihlerde yapılan görüşmelerin birbirleriyle anlamlı bir biçimde mukayese edilmelerini mümkün kılmayı amaçlamaktadır. Tamamen yapılandırılmış mülakatların aksine, bu yöntem aynı zamanda görüşme yapılan kişilerden onlara özel ve detaylı bilgi alınmasını sağlayabilmektedir. Bu mülakatlar sayesinde esnafın ve işletmenin tarihçeleri, yaşanan zorluklar ve bunlarla mücadele etmek için atılmış adımlar, onları başarılı kılmış uygulamalar ve yatırımlar ile ilgili bilgi toplandığı gibi sektör ve esnafla ilgili görüş ve düşünceleri de öğrenilmiştir.

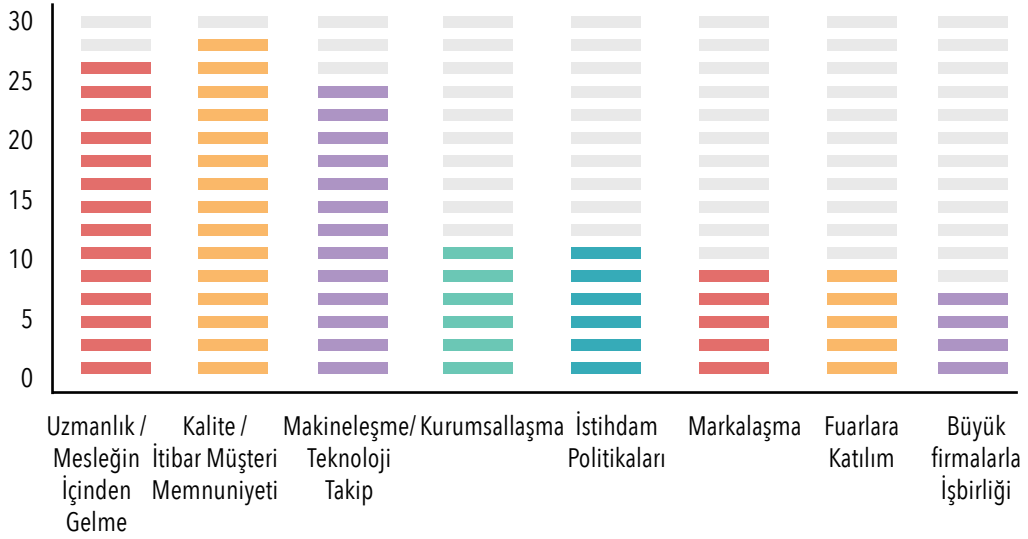
Mülakatların haricinde ise ziyaret edilen işletmeler, esnafın rehberliğinde gezilerek başarılı uygulamaların yerlerinde tespit edilmesi ve gözlenmesi sağlanmıştır. Bu incelemeler esnasında gidilen işletmeler eğer imalathaneleri de içeriyorsa üretim süreci adım adım takip edilmiş ve her bir aşama ustaları tarafından açıklanarak aktarılmıştır. Pek çok fotoğraf ve videonun da çekildiği ziyaretlerde elde edilen veriler mülakatlarda ve masa başında toplanan verilerle birleştirildiğinde her bir meslek hakkında çok daha detaylı ve kapsamlı bilgiler toplanabilmektedir.

Tablo 42. İyi Uygulama Örneklerinin Yerinde İncelenmesi Çalışması Kapsamında Ziyaret Edilen İşletmeler ve Görüşülen Kişiler

	İşletme Adı	Meslek	Tarih	Görüşülen Kişi
1	Sis Ayakkabı	Ayakkabıcılık	01.09.2015	Abdullah BEĞDEŞ (Kurucu/Sahip)
2	Yedili Ayakkabı	Ayakkabıcılık	01.09.2015	Yusuf ERSOY (Kurucu/Ortak)
3	Detay Taban	Ayakkabı Tabanı İmalatı	01.09.2015	Atilla ÇELİK (Kurucu/Sahip)
4	Vuslat Tekstil İmalat	Gömlek Konfeksiyon	02.09.2015	Hamit TÜRKHAN (Kurucu/Sahip)
5	Terzi Taşın	Terzilik	02.09.2015	Murat TAŞIN (Sahip)
6	Yılmaz Moda Evi	Terzilik	02.09.2015	Mehmet YILMAZ (Kurucu/Sahip)
7	Aydoğdu Moda Evi	Terzilik	02.09.2015	Turan AYDOĞDU (Kurucu/Sahip)
8	Tekstilcent Ticaret Merkezi	Tekstil Kooperatifi	03.09.2015	Nihat YILMAZ (YK Bşk. V.k.) Teyfik ŞAHİN (Gen. Sek.)
9	Karadeniz Konfeksiyon	Pantolon Konfeksiyon	03.09.2015	Bayramali AKTUN (Sahip)
10	Aykent Ayakkabı Sanayicileri Sitesi	Ayakkabıcı Kooperatifi	08.09.2015	Eyüp ASLANTAŞ (Gen. Sek.) Hüseyin YEŞİLBEY (Eğt. Müd)
11	Aykent Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi	Mesleki Eğitim	08.09.2015	İsa SADE (Okul Müdürü)
12	Zirve Ayakkabı	Ayakkabıcılık	08.09.2015	Mevlüt CAN (Firma Ortağı)
13	Altınekin Yorgan	Yorgancılık	08.09.2015	Zekeriya KAPLAN (Kurucu/Sahip)
14	Yıldız Çeyiz	Çeyizcilik	08.09.2015	Yıldız AŞÇI (Kurucu/Sahip)
15	Ayakkabıcılar Küçük Sanayi Sitesi	Ayakkabıcı Kooperatifi	15.09.2015	M. İhsan ŞAHİN (Gen. Sek.)
16	Aydoğan Triko	Trikoluluk	15.09.2015	Şahin AYDOĞAN (Kurucu/Sahip)
17	IF Düğün Modası Fuarı	Gelinlik, Damatlık, Abiye Fuarı	04.02.2016	Fuar Organizasyonundan ve Stant Sahibi Firmalardan Pek Çok Kişiyle Görüşülmüştür
18	NRC (by Nurcan'la Moda) Gelinlik	Gelinlik İmalatçılığı	05.02.2016	Mustafa GÜVENLİ
İşletmenin Yeri		İstanbul	Konya	Gaziantep
				İzmir

11.1. İyi Uygulama Örneklerinde Öne Çıkan Ortak Özellikler

Proje kapsamında gerçekleştirilen incelemelerde, sektördeki pek çok farklı meslek kolundan işletme mercek altına alınmıştır. Takdir edileceği gibi her bir mesleğin kendisine özgü özellikleri, gereklilikleri ve sorunları bulunmaktadır. Ancak yine de burada yapılan incelemeler, bu çok farklı mesleklerde birer iyi uygulama örneği olarak öne çıkan işletmelerde bazı ortak özellikleri teşhis etmeyi mümkün kılmaktadır. Her ne kadar esnaf ve sanatkarlar kendi mesleklerinin doğası ve özellikleri bağlamında başarıya ulaşmayı çabalamak durumunda olsa da, burada incelediğimiz ve pek çoğu birer başarı hikâyesi olarak öne çıkan işletmelerin ortak unsurlarını da dikkate almakta fayda görebilirler.

Şekil 25. Başarının Öğeleri- İyi Uygulamaların Öne Çıkan Ortak Özellikleri

- **Uzmanlık / Mesleğin İçinden Gelme**

İncelenmiş olan iyi uygulama örneklerinin tamamında, işletmelerin kurucu ve yöneticisi durumunda bulunan kişilerin mesleğin içinden geldiği; genellikle küçük yaşlardan itibaren mesleğin çeşitli kısım ve aşamalarında çalışmış olduğu ve pek çok durumda hâlen üretimde çalışmaya ve mesleği bilfiil icra etmeye devam ettiği görülmüştür. Bu durum, onlara, işletmelerinin üretimle ilgili her sürecine hâkim olmak, istihdam politikaları hakkında daha doğru kararlar verebilmek, maliyetler ve satış stratejileri konusunda hızlı önlemler alabilmek gibi konularda avantaj sağlamaktadır.

Bu bağlamda başarılı olmak isteyen esnaf ve sanatkârların, en iyi bildikleri işi yapmaları ve uygulamadan gelen tecrübelerini işletmenin büyümesi ve başarılı olması için kullanmaları önemli bir strateji olarak görülmektedir.

- **Kalite/İtibar/Müşteri Memnuniyeti**

Sonraki bölümde daha detaylı ele alınacağı gibi kaliteli ürünler üreterek satmak, esnaf ve sanatkârların mevcut ekonomik şartlar içindeki en büyük kozu olarak öne çıkmaktadır. İncelenen iyi uygulama örneklerinin tamamı, başarılı olmalarındaki en önemli faktörlerden birinin kaliteli ürün satışı olduğunu, bu ürünleri alan müşterilerin memnuniyeti ile piyasada yüksek itibara sahip olunduğunu söylemişlerdir. Bu husustaki bir diğer ortak özellik de, profesyonel pazarlama ve reklam tekniklerini pek kullanmayan esnaf için, ürünlerini kullanan müşterilerin her birinin birer reklam elçisi ve potansiyel yeni müşteriler demek olduğudur. Diğer bir deyişle, esnaf ve sanatkârların yeni müşterileri, genellikle eski müşterilerinden dolayı işletmelere yönelmektedir. Ayrıca esnafı ayırt edici bir diğer özellik de müşterileriyle kişisel ve uzun vadeli ilişkiler kurabilmeleridir, ki bu ancak müşterinin memnuniyetinin uzun vadede sürmesiyle mümkün olmaktadır.

Özetle, mesleği her ne olursa olsun bir esnaf veya sanatkârın uzun vadede başarılı olabilmesinin en önemli dayanağı, işini iyi yapması ve kaliteli ürün ve hizmet sunmasıdır.

Kısa vadede daha fazla kazanç elde etmek için kaliteden taviz veren esnaf, piyasada itibar sahibi olamayacak; müşteri menuniyetini sağlayamadığı için eski müşterilerini elinde tutamayacağı gibi, yeni müşteriler de kazanamayacaktır. Esnafın bu nedenle kısa vadede daha fazla ekonomik kazanç yerine uzun vadede güvenilir ve kaliteli bir imaj yaratarak başarılı olmayı tercih etmesi gerekmektedir.

- **Makineleşme/Teknolojiyi Takip**

Yukarıda başarılı esnafın tamamının, işini iyi bilen ve genellikle küçük yaşlardan itibaren mesleğin içinden gelen kişiler olduğu belirtilmiştir. Ancak, hangi meslekten söz ediyor olursak olalım meslek bilgisini ve sanatını modern teknolojideki gelişmeler ve verimliliği artıran makinelerle birleştirmeyen, geleneksel yöntemlerle üretimde ısrarcı olan esnaf ve sanatkarın da başarılı olma şansı düşmektedir. İncelenen örneklerin büyük çoğunluğunda teknolojiyi yakından takip eden, verimlilik ve kaliteyi artıran makinelere yatırım yapan ve geleneksel mesleki bilgileri ile modern teknolojiyi iyi bir şekilde harmanlayabilen işletmelerin sektörde öne çıktıkları tespit edilmiştir.

Günümüzün başarılı esnaf ve sanatkarları, ne kendi çocukluklarında öğrenmiş oldukları geleneksel üretim metotlarını hiçbir değişiklik yapmadan kullananlar, ne de mesleğin inceliklerini bilmeksizin bir makinenin düğmesine basarak üretim yapılabileceğine inananlardır. Bugünün en başarılı esnaf ve sanatkarları; modern teknoloji ve makineleşmeyi kendi sanatlarının özelliklerine göre kullanabilenler, geleneksel ile çağdaş bir arada harmanlayabilenlerdir. Bu bağlamda her esnaf ve sanatkarın, kendi mesleğiyle ilgili teknolojik gelişmeleri gerek fuarlara katılarak gerekse internet ve meslek odaları aracılığıyla yakından takip etmeleri; verimlilik ve kaliteyi artıracak makinelere yapacakları yatırımları öncelikli olarak tercih etmeleri gerekmektedir.

Bu bağlamda araştırma kapsamında ziyaret edilen iyi uygulama örneklerinden pek çoğunun teknolojiyi yalnızca bir kez yatırım yapılan bir alan olarak görmedikleri, devamlı olarak ellerindeki teknolojinin yenilenmesi ve veriminin artırılması için yatırımları sürdürdüklerini de belirtmek gereklidir. Bu durum, bir kez çok büyük paralara alınan ve sonrasında gerekli güncelleme ve/veya eğitime yatırım yapılmadığı için kısa sürede atıl hâle düşüp bir kenarda bekleyen makinelerin çok olduğu günümüzde göz ardı edilmemelidir.

- **Kurumsallaşma**

Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin yine büyük bir çoğunluğunun, uzun yıllardır sektörlerinde var olduğu ve süreç içerisinde önemli kriz ve iniş-çıkışları başarıyla alt ettiği görülmektedir. Çok ortaklı işletmelerin bazılarında ortakların bir kısmı ayrılmıştır; aile işletmesi olarak kurulan bazı işletmeler ise şirketleşerek devamlılıklarını ve etkin bir şekilde yönetilmelerini sürdürmüşlerdir. Esnaf ve sanatkar işletmeleri doğaları gereği genellikle küçük işletmelerdir; pek çoğu birer aile işletmesidir. Bunlar kısa vadede fazla sorun çıkmadan varlıklarını sürdürebilmekle beraber; orta ve uzun vadede eğer yetki ve sorumluk paylaşımları yeterince net yapılmazsa veya şeffaf bir yapı oluşturulamazsa maliyet, emek ve kazancın adil bir biçimde bölüşülmediği görüşünün ortaya çıkmasıyla önemli sorunlar yaşayabilirler. Pek çok işletme bu nedenle önemli büyüme potansiyeli taşımasına rağmen belli bir noktaya kadar geldikten sonra dağılmakta ve bölünerek küçülmektedir.

Başarılı ve kalıcı olmayı hedefleyen esnaf ve sanatkarların yaptıkları iş kadar, işletmelerinin yapısını kurumsal bir zemine oturtmayı da düşünmeleri gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, kaliteli üretim yapmak kadar kaliteli üretimin ve işletmenin varlığının uzun vadede devam edeceği; kendileri şahsen işin başında bulunmasalar bile sürdürülebilir ve fonksiyonel bir sistemin adil, şeffaf ve katılımcı bir kurumsal yapının oluşturulmasını hedeflemelidirler. Şirketleşmek gibi çok ciddi bir yapısal dönüşüme kendini hazır görmeyen ya da bu tür bir kurumsallaşma için uygun olmayan küçük işletmelerde bile karar alma ve yönetim mekanizmalarının belli bir sistematığa bağlanması fayda sağlayacaktır. Yapılan yerinde incelemelerde, birçok küçük ölçekli aile işletmesinde kararlar alınırken bir istişare mekanizmasının devreye sokulduğu görülmüştür. Böylelikle, kararlar alınırken bu yapılar içinde görüşülerek karşılıklı mutabakat içinde, farklı kişilerin görüş ve önerileri dikkate alınabilmektedir.

• İstihdam Politikaları

Başarılı örneklerde öne çıkan bir diğer ortak özellik ise, uygulanan başarılı istihdam politikası olmuştur. Bu işletmelerin istihdam politikasında üç önemli özellik öne çıkmaktadır. İlk olarak, bu işletmeler nitelikli ve deneyimli bir kadro oluşturmayı öncelikli hedef olarak görmektedir. Bu bağlamda maliyeti daha yüksek olsa da en nitelikli elemanları yanlarında çalıştırmakta ısrarcı olmaktadır. İkinci olarak, yanlarında çalışan elemanlarla aralarında olumlu ve güvene dayalı bir ilişki tahsis etmeyi çok önemsemektedirler. Kısa vadede elemanlarının sigortalarını yapmamak, onlara piyasa şartları dâhilinde hakkettiklerinden daha düşük ücretler ödemek, bu ödemeleri zamanında yapmayı aksatmak, vb. davranışlar işletmeci açısından daha kazançlı görünse de; uzun vadede işletmeyi sahiplenen ve patronlarıyla arasında güvene dayalı samimi bir ilişki bulunan işçiler, bir işletme için çok daha kârlı olmaktadır. Üçüncü olarak ise, başarılı esnaf ve sanatkarlar, kendi elemanlarını yetiştirmektedir; elemanlar yanlarında kaldığı müddetçe kendi deneyimlerini onlarla paylaşmaktadırlar. Eleman kendi işletmesini açtığı zaman ise, piyasaya yetişmiş bir sanatkar daha kazandırmış olmaktadır. Onları, potansiyel bir rakip ve tehdit olarak görmek yerine deneyimlerini elemanlarıyla paylaşanlar, uzun vadede hem kendileri hem de meslekleri adına büyük kazançlara yatırım yapmış olmaktadır.

Ayrıca, özellikle büyüme potansiyeli taşıyan aile işletmelerinde yönetimdeki neslin, kendi çocuklarını işletmenin geleceğinde faydalı olacak alanlarda eğitim almaya yönlendirdiği görülmektedir. Böylece küçüklüğünden itibaren işletmede mesleki tecrübe kazanan bu yeni nesil, daha sonra aldığı işletme, iktisat, muhasebe ve finans gibi yüksek öğrenim dereceleriyle niteliklerini ve dünya görüşlerini geliştirebilmektedir. İşletmelerine genç, eğitilmiş, mesleki donanımı ve vizyonu yeterli elemanları kazandırmak her esnaf ve sanatkar için çok önemli bir kazanım olacaktır. Ancak mevcut ekonomik şartlar içinde, dışardan bu tarz istihdam yapmanın kolay olmadığı düşünüldüğünde, büyümek isteyen esnaf ve aile işletmelerinin kendi çocuklarının eğitimlerini gelecek planlamaları ve istihdam vizyonları dâhilinde dikkatle göz önünde tutmaları gerekmektedir.

• Markalaşma

Markalaşma esnafın büyük çoğunluğunda görülen bir uygulama ya da hedef değildir. Ancak, yapılan incelemelerde markalaşma hedefini erkenden gündemine alan ve bu hususta

çalışan esnaf ve sanatkârın uzun vadede bu konuda kazançlı çıktığı görülmüştür. Mevcut durumda pek çok esnaf ve sanatkâr için markalaşma, esas olarak işletmelerinin bilinmesi ve piyasada itibar görmesi anlamına gelmektedir. Örneğin Karadeniz Konfeksiyon, pantolon konfeksiyonunda kendisini iyi bir marka olarak görmektedir. Çünkü pek çok toptancı, onun kaliteli üretim yaptığını bilmekte ve pek çok marka da ona fason üretim yaptırmaktadır. Ancak Karadeniz Konfeksiyonun, kendine ait bir markası bulunmamaktadır. Bu nedenle de üretmiş olduğu kaliteli ürünlerden sağlayacağı ekonomik kazancın yalnızca bir kısmını elde edebilmektedir. Öte yandan kendisine ait pek çok markaya sahip olan Yedili Ayakkabı ise, hem piyasada işletme olarak iyi bir isimdir, hem de Guardi başta olmak üzere talep gören ve daha yüksek kazanç sağlayan pek çok markalı ürüne sahiptir.

Başarılı olmak isteyen esnaf ve sanatkârın -yukarıda da izah edildiği gibi- ortaya koyduğu ürün ve hizmetle anılması gerekmektedir. Bunu yapabilmenin de önemli yollarından biri markalaşmadır. Marka yaratabilen esnaf ve sanatkâr, günümüzün ekonomik imkânları dâhilinde ihracat ve internet üzerinden satış başta olmak üzere kendisine önemli derecede pazarlar bulabilecektir. Kısa vadede ve ekonomik şartların zorlamasıyla fason üretime yönelen esnafın, uzun vadede kendi markalarını oluşturma hedefini göz ardı etmemesi gerekmektedir.

• Fuarlara Katılım

İncelenen iyi uygulama örneklerinde öne çıkan bir diğer özellik de, yurt içi ve yurt dışı mesleki fuarlara katılımdır. Kendi ürünlerini sergilemek üzere birer stant sahibi olmasalar bile katılımcı olarak bu fuarlarda yer almanın, esnaf açısından oldukça büyük avantajları bulunmaktadır. Kısaca bu avantajlara yeniden değinmek yerinde olacaktır. İlk olarak, pek çok sektörde fuarlar, piyasanın nabzının tutulduğu platformlar olarak öne çıkmaktadır. Özellikle deri, giyim ve ayakkabı gibi hızlı değişen tüketici ve piyasanın taleplerine göre şekillenen sektörlerde bu durum daha da önem kazanmaktadır. Bu sektörlerde başarılı olmak isteyen üreticilerin, piyasadaki son trendlere, moda akımlara, üretimde uygulanan yeniliklere ve tüketicilerin taleplerindeki değişimlere ivedilikle hâkim olması gerekmektedir. Fuarlara katılmak, tüm bunlardan haber almanın en pratik ve zahmetsiz yollarından biridir.

İkinci olarak, fuarlar; sektörlerin buluşma, tanışma ve iş bağlantısı kurma merkezleridir. Özellikle yıllık bütçelerinden önemli bir kısmı pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine ayıramayan küçük ve orta ölçekli işletmeler için fuarlar, iş yapabilecekleri kişi ve işletmelerle bağlantı kurmak için ideal bir platform sunmaktadır. Günümüz ekonomisinde işletmelerin ezici bir çoğunluğu, arz ve tedarik zincirlerinin ortasında yer almakta; yani başka kişi ve işletmelere mal ve hizmet sağladıkları gibi, başka kişi ve işletmelerden mal ve hizmet tedarik etmektedir. Dolayısıyla fuarlarda hem kendi ürünlerini satacakları müşteriler, hem de ihtiyaçlarını daha avantajlı tedarik edebilecekleri işletmeler bulabilmektedirler. Ayrıca, çeşitli ekonomik iş birlikleri kurabilecekleri, birlikte iş yapabilecekleri kişi ve işletmelerle de bağlantı kurabilmektedirler.

Son olarak, günümüzün küreselleşen ekonomik dünyasında çok büyük önem kazanmış olan “uluslararasılaşma” konusunda da fuarlara katılım önem arz etmektedir. Yukarıda açıklanan piyasaların nabzını tutma ve iş bağlantıları kurma işlevlerini, uluslararası fuarlara

katılmak suretiyle uluslararası ölçekte gerçekleştirmek mümkündür. Yukarıda detaylı şekilde incelenmiş olan İzmir Düğün Modası Fuarı'na 4 farklı kıta ve 75 farklı ülkeden katılımcıların geldiği düşünüldüğünde, uluslararasılaşma ve ihracat yapma vizyonu olan her işletme için fuarlara katılmanın önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, hedefi ihracat yapmak olmayan işletmelerin uluslararası trendleri ve modayı takip ederek, iç pazarda daha başarılı olma yolunda bunları değerlendirmeleri açısından da uluslararası fuarlara katılım önem arz etmektedir.

- **Büyük Firmalarla İş Birliği**

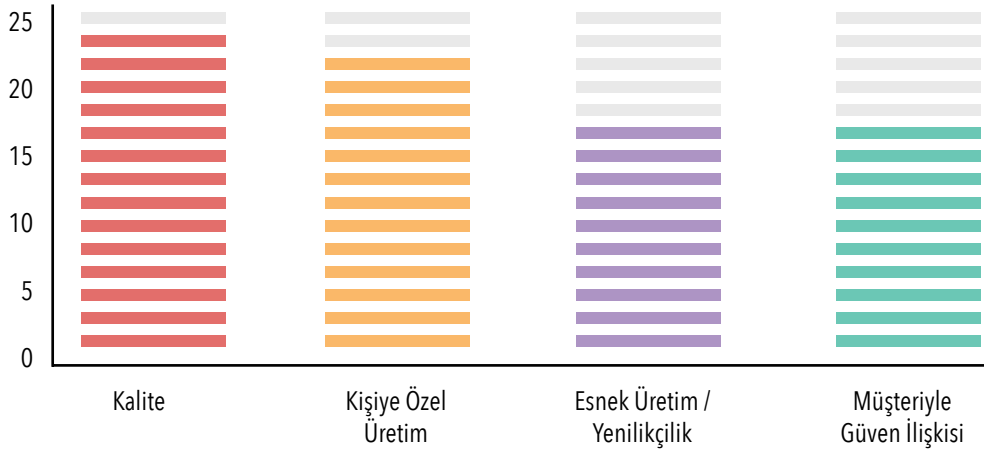
İyi uygulama örneği olarak öne çıkan bazı işletmelerde onları başarılı kılan bir başka unsur, tanınmış büyük ölçekli firmalar için yüksek kalite fason üretim yapmaları olmuştur. Bu strateji özellikle tasarım, markalaşma, pazarlama vb. faaliyetlere yeterince kaynak ayıramayacak durumdaki işletmeler için kısa vadede çok faydalı olabilmektedir. Belli bir üretim ve satış hacmini düzenli olarak bu firmalardan sağlayan işletmeler bir yandan da tasarım, makineleşme ve kaliteli üretim konularında deneyim kazanmakta ve kendilerini geliştirebilmektedir.

Ayrıca, büyük pazarlara tek başına erişim şansı olmayan küçük ölçekli işletmelerin, bu pazarlara dolaylı olarak da olsa ürün satabilmesi bu şekilde sağlanabilmiş olmaktadır. Bu durum da üreticiye hem sektör içerisinde hem de satışın yapıldığı pazarlarda olumlu bir referans kazandırmakta, ileride pek çok kapıyı açma potansiyeli taşımaktadır.

11.2. Esnaf ve Sanatkârın Büyük Şirketlerden Ayırarak Rekabette Öne Çıkarılabilecek Unsurlar

Günümüzün küreselleşmiş ve bilgi teknolojileri sayesinde inanılmaz bir dinamığa kavuşmuş ekonomisinde, esnaf ve sanatkârlar hem birbirleriyle, hem kendi bölgelerindeki büyük şirket ve işletmelerle, hem de dünyanın her köşesindeki üreticilerle rekabet etmek zorunda kalmışlardır. Böyle bir ekonomik düzende var olabilmek, büyümek ve genel olarak başarılı olmak isteyen esnafın, kendine özgün bir alan bulması ve o alanda öne çıkması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, hem büyük şirketlerin ekonomik gücü sebebiyle hem de Çin başta olmak üzere dünyanın farklı coğrafyalarından getirilen ucuz ham madde karşısında en ucuz malı satma şansı artık çok azalan esnafın, rekabette başka noktalarda öne çıkması gerekmektedir. Kalite bu alanların başında gelmektedir. Yani en ucuz malı olmasa bile, en kaliteli ya da en sağlam malı satabilirse, esnaf piyasada tercih edilebilecektir. Yapılan araştırma kapsamında ve burada raporlanan incelemeler sonucunda, esnafın ekonomik konumu ve üretim pratikleri dikkate alındığında, esnaf ve sanatkârın büyük şirketlerden ayırarak öne çıkarılabilecek bazı unsurları teşhis etmek mümkün olmuştur. Bu unsurlar aşağıdaki şekilde sunulmuş ve ardından daha detaylı olarak açıklanmıştır.

Şekil 26. Esnaf ve Sanatkârın Büyük Şirketlerden Ayrarak Rekabette Öne Çıkarabilecek Unsurlar



- **Kalite**

Önceki bölümde, başarılı esnaf ve sanatkâr işletmelerinin önde gelen ortak özellikleri arasında kaliteli ürün ve hizmet sunumları sayılmıştır. Kaliteli ürün ve hizmeti ulaşılabılır fiyatlarda sunmak, konfeksiyon ve fabrikasyon üretimin büyük hacimlere ulaştığı deri, giyim ve ayakkabı sektöründe yaşanan büyük rekabette esnaf ve sanatkârları öne çıkarabilecek unsurların başında gelir. Büyük şirketlerin, AVM’lerin, megastore’ların ve her mahallede açılan süpermarketlerin Çin başta olmak üzere dünyanın her köşesinden getirilen ucuz malları sattığı bir ortamda, esnafın fiyat rekabeti yapma şansı bulunmamaktadır. Diğer bir deyişle, kalitesiz ve ucuz mal almak isteyen kişiler bunları esnaftan değil; daha ucuza, daha fazla seçenek ve daha yüksek güvence algısıyla bu yerlerden alacaktır. Esnaf eğer rekabet edecekse, bunun yolu kaliteli mal satmasından geçmektedir.

Yukarıda kısa vadede daha fazla ekonomik kazanç elde etmek uğruna kaliteden ödün veren işletmelerin, orta ve uzun vadede zarar göreceklərini belirtmiştik. Burada ise kaliteli ürün ve hizmet sağlayan esnaf ve sanatkârın, rekabette öne çıkmasını sağlayacak başka iki hususu saymak yerinde olacaktır. Bunlardan bir tanesi, günümüz ekonomik yapısında bazı ünlü markaların, ürünlerini astronomik fiyatlara satmalarıdır. Ürünlerin satış fiyatının artık maliyetlerinden tamamen kopmaya başladığı ve piyasada markaların algılanan kalite seviyesiyle belirlendiği günümüzde, o markalar kadar ve hatta onlardan daha kaliteli ürünleri satmak, esnafı öne geçirecektir. Elbette burada asıl sorun; esnafın, kendi ürünlerinin milyonlarca dolarlık reklam ve pazarlama bütçeleri olan bu büyük markaların ürünleri kadar kaliteli olduğuna tüketiciyi ikna etmesidir. Bu kolay olmadığı gibi, esnafın tek başına yapabileceği bir şey de değildir. Ancak esnafın yapması gereken; kaliteden taviz vermemek ve kendisinden bir ürün alan her müşteriye kazanarak kitlesini genişletmektir.

Kaliteli ürün ve hizmet sunmanın, esnafa rekabet ortamında fayda sağlayacak diğer yönü ise oluşacak olan müşteri kitlesidir. Yinelemek gerekirse esnafın, en alt gelir grubunda olan ve kaliteyi değil ucuzluğu arayan demografiye hitap ettiği müddetçe başarılı olma şansı bulunmamaktadır. Yukarıda da anlatıldığı gibi kaliteyi arayan ve daha yüksek gelirli kesime

hitap eden esnafın, başarılı olma ihtimali yüksektir. Bu tür esnaf ve sanatkarın sağlayacağı bir diğer fayda da, ekonomik kriz ve piyasa daralması dönemlerinden nispeten daha az zarar görmeleri olacaktır. Yukarıda detaylı bir şekilde aktarılan, Beyoğlu'nda seçkin bir müşteri kitlesine hitap eden üç terzi bu noktanın en güzel örnekleridir.

• Kişiyi Özel Üretim

Sektördeki esnaf ve sanatkarları öne çıkarabilecek noktalardan bir diğeri de; büyük miktarlarda üretim yapılan ve her semte kadar inen zincir dükkânlarda birbirine çok benzer ürünlerin satıldığı, insanların tek tip giyinip birbirinin aynı ürünleri kullanmaya başladığı bir dönemde, kişiyi özgü ürünler üretebilmeleridir. Tüketim dünyasının insanlara tek tipliği ve tekdüzeliği dayattığı günümüzde, diğer yandan bireyselliğin, farklılaşmanın ve kişiliğini ifade eden tüketim pratiklerinin övüldüğünü de görmekteyiz. Bu ortam esnaf için çok elverişli bir alan yaratmaktadır.

Bu öneri, incelenen örneklerde bulunan bazı meslekler için daha uygun iken; diğerleri için geçerli olmayabilir. Örneğin ısmarlama üzerine takım elbise diken bir terzi ya da kataloğtan seçilen bir ürünü müşterinin istediği şekilde yapan bir çeyizci için kişiyi özel üretim daha kolaydır. Ancak, diğer mesleklerdeki esnaf ve sanatkarlar için de kişilere özel üretim imkânı yok değildir. Makineleşmeyi sağlamış ve toptancılara ürün satan esnaf işletmeleri bile, ürünlerinde, sattıkları müşteriye göre özgün detaylara yer vermeyi tercih edebilir.

• Esnek Üretim/Yenilikçilik

Esnaf ve sanatkarı rekabette avantajlı kılacak bir diğer nokta ise üretimde daha esnek; ürün tasarımı vb. konularda daha yenilikçi olabilmesidir. Rekabet edilen büyük şirketler ya da uluslararası üreticilerin, özellikle iç pazardaki gelişmeleri ve eğilimleri takip ederek bunlara göre özel ürün ve hizmetler tasarlaması, esnafla kıyaslanamayacak kadar zor ve külfetlidir. Esnaf ve sanatkarlar ürün ve hizmetlerini satmaya çalıştıkları toplumun ve insanların içinde yaşamakta, pek çok sosyal ve kültürel pratiklerini paylaşmaktadırlar. Buna en güzel örnek iyi uygulama örneklerinin yerinde incelenmesi çalışması kapsamında Yıldız Çeyiz işletmesinde bahsi geçen “Yumurtlayan Yastık” denilen ürün ve esnafın bu ürünü Konya'daki ev gezmesi kültürüne referansla açıklamasıdır. Diğer bir ifadeyle esnaf, mevcut bir kültürel pratik ve bebekli ailelerin tüketim ihtiyacından yola çıkarak yaratıcı bir ürün tasarlamış ve satışa sunmuştur. Bu ürünün aynısını büyük fabrikalarda üretim yapan ve Çin'den kumaş alan büyük firmaların çok daha ucuza mal ederek satışa sunması şüphesiz ki mümkündür. Bu noktada esnafa düşen, aynı ürünü daha kaliteli üretmenin yanı sıra yeni bir yaratıcı ürün veya hizmet bulmaktır. Kalitenin yanı sıra, tasarım konusuna da önem verip yatırım yapan esnaf, tüketiciye daha yakın olmasını ve onun ihtiyaç ve taleplerini daha hızlı anlayabilmesini bir avantaja çevirebilecektir.

Pasif bir şekilde yalnızca piyasada ortaya çıkan talepler ve kendisine ulaşan işlerle yetinen esnafın, rekabette başarılı olma şansı çok düşüktür. Bu tür esnaf ve sanatkarlar rüzgârda süzülen ve nereye gideceği belli olmayan, dalından kopmuş bir yaprağa benzetilebilir. Dönem dönem çok elverişli yerlere ulaşabilseler de rüzgârın aniden kesilmesiyle yere düşmekten kurtulamayacaklardır. Daha aktif, mevcut tüketim ihtiyaçlarına sosyal ve kültürel bilgi ve deneyimlerini kullanarak çözüm olabilecek ürün ve hizmetler üreten, yenilikçi ve yaratıcı

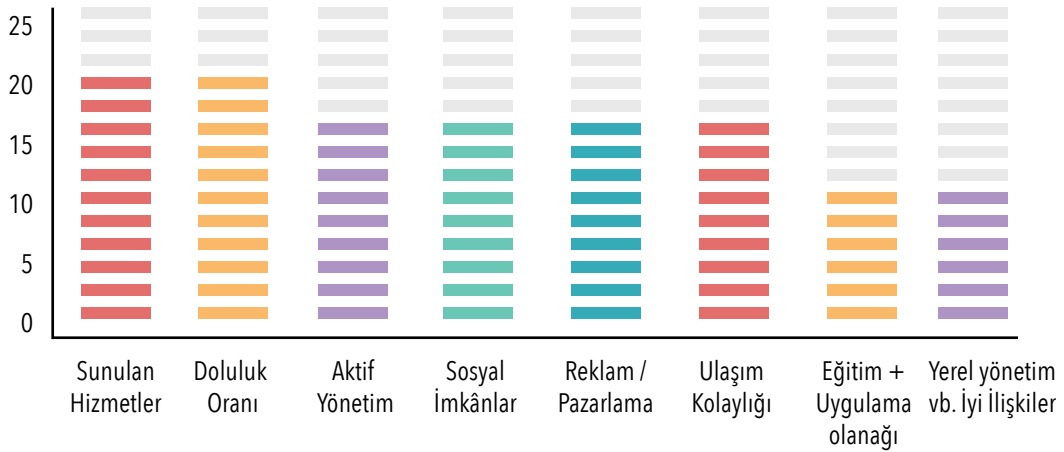
bir çizgi benimseyen esnaf ve sanatkarlar ise, yelkenli bir gemiye benzetilebilir. Bunlar piyasaların büyük rüzgârlarından azade değildir elbette; yahut bu rüzgârları kendileri yönlendiremeyeceklerdir. Ancak bu durumdaki bir esnaf dümeninde kendisi olacağı için rüzgârları kullanarak gitmek istediği yere doğru gemisini yönlendirebilecektir.

11.3. Başarılı Kümelenme Örneklerinde Öne Çıkan Özellikler

Kümelenme projelerinin ana mantığı; aynı ya da benzer iş kollarından işletmeleri bir araya getirip belli hizmetlerin toplu sunulması, maliyetlerin düşürülmesi, bir cazibe merkezi yaratılması ve daha sağlıklı ve güvenli bir ortamda üretimin sağlanması olarak özetlenebilir. Ancak açıktır ki pratikte kümelenme projelerinin hayata geçirilmesi hiç de kolay değildir; başarıyla hayata geçirilemeyen kümelenme projeleri önemli ölçüde kaynak ve emek israfına neden olmaktadır. Peki kümelenme projelerini başarılı kılan özellikler nelerdir?

Araştırma kapsamında, tekil işletmelerin yanı sıra bazı başarılı görülen kümelenme örnekleri de incelenmiştir. Bunlar İstanbul'da Tekstilkent, Konya'da Aykent Ayakkabı Sanayicileri Sitesi ile Gaziantep'te Ayakkabıcılar Küçük Sanayi Sitesidir. Bu işletmelerin kuruluşlarından bugüne çizmiş oldukları profiller incelendiğinde, esnaf ve sanatkarı bünyesinde barındıracak başarılı bir kümelenme projesinde hangi özelliklerin olması gerektiği konusunda fikir edinilebilir. Bu özellikler aşağıdaki şekilde sunulmuş ve ardından daha detaylı olarak açıklanmıştır.

Şekil 27. Başarılı Kümelenme Örneklerinde Öne Çıkan Özellikler



Bir kümelenme yapısını başarılı kılan en önemli iki husus olarak; altyapı ve diğer hizmetlerin kalitesi ve düzenliliği ile doluluk oranları öne çıkmaktadır. Yukarıda da bahsedildiği gibi kümelenmeyi faydalı ve değerli kılacak en önemli husus; daha verimli, daha düşük maliyetli, daha sağlıklı ve rahat ve daha güvenli üretim yapılıp yapılmadığı ile gerçekten bir cazibe merkezi yaratılabiliyor yaratılamadığıdır. Bu konularda sunulan hizmetlerin kalitesi ve düzenliliği ile doluluk oranı birbirlerini tetikleyen unsurlar olarak göze çarpmaktadır. Şöyle ki, diğer kriterlerin yanında bir kümelenme projesi, hizmetler kaliteliyse dolmakta; yoksa fazla rağbet görmemektedir. Öte yandan, bu tür sanayi siteleri eğer doluluk oranları yüksekse ve yeterli aidat toplanabiliyorsa daha kaliteli hizmetler sunabilmekte; yoksa bunu başarama-

maktadır. Yapılacak kümelenme projelerinde yeterli talep bulunduğundan emin olunmalı; projenin, bir cazibe merkezi yaratmaya yetecek sayıda ve büyüklükte işletmeyi çekilebilmesi sağlanmalıdır. Aynı zamanda, belli bir doluluk oranının üzerine çıkılamadığı zamanlarda da hizmetlerde bir aksama olmaması güvence altına alınmalı, bir sitenin “işlememekte” olduğu algısının oluşması engellenmelidir.

Yönetim kurulunun aktif bir şekilde çalışıyor olması da, incelenmiş olan kümelenme örneklerinde başarı algısını yaratan unsurlar arasında görülmüştür. Üyelerle karşılıklı etkileşim içinde olan ve sitenin sorunlarına çözüm aradığına inanılan yöneticiler, kümelenme projeleri için çok önemli görünmektedir. Özellikle doluluk oranı tam olmayan ve geleceğinden endişe duyulabilen yerlerde yönetimin aktif şekilde reklam ve pazarlama faaliyetleri içinde bulunarak sitenin bir cazibe merkezi olması için çalışmalarını sürdürmesi çok önemlidir. Ayrıca kümelenme yönetiminin belediyeler ve diğer yerel kamu kuruluşları başta olmak üzere dış dünya ile iyi ilişkiler içinde bulunması ve siteye gerekli toplu ulaşım, faaliyet binası, okul vb. kamu hizmetlerinin kazandırılmasında bu ilişkilerin aktif biçimde seferber edilmeleri de önem arz etmektedir. Etkili bir vizyon doğrultusunda aktif bir biçimde çalışan bir yönetim oluşturma konusunda başarılı kümelenme örneklerinde göze çarpan özellik, profesyonel yönetici istihdam etmekten ve gerektiğinde dışarıdan danışmanlık vb. profesyonel hizmetleri tedarik etmekten kaçınıyor olmalarıdır.

İncelenen örneklerde öne çıkan bir diğer husus ise bu küçük sanayi sitelerinin içlerinde bulunan eğitim imkânlarıdır. Özellikle Konya ve Gaziantep'teki küçük sanayi sitelerinde bulunan mesleki ve teknik liseler, öğrencilerin uygulamanın tam içerisinde yer almalarına olanak sağlamaktadır. Yapılacak kümelenme çalışmalarında bu başarılı deneyimlerden faydalanılması ve kümelenme projelerinin içlerine okul vb. eğitim olanaklarının entegre edilmesi faydalı olacaktır. Bu hedef doğrultusunda da kümelenme projesinin yeri ve içeriği göz önünde bulundurularak Milli Eğitim Bakanlığının ilgili birimlerinin yanı sıra şehirdeki üniversite ve yüksek öğretim kurumlarıyla iş birliği yapılması faydalı olacaktır. Bu durum ifade edildiği gibi kümelenme projesinin kendisi için fayda sağlayacağı gibi, daha ilerleyen dönemlerde üniversite ile olan iş birliğinin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi ile AR-GE ve yüksek mesleki eğitim gibi konularda da faydalı çalışmaların önünü açacaktır.

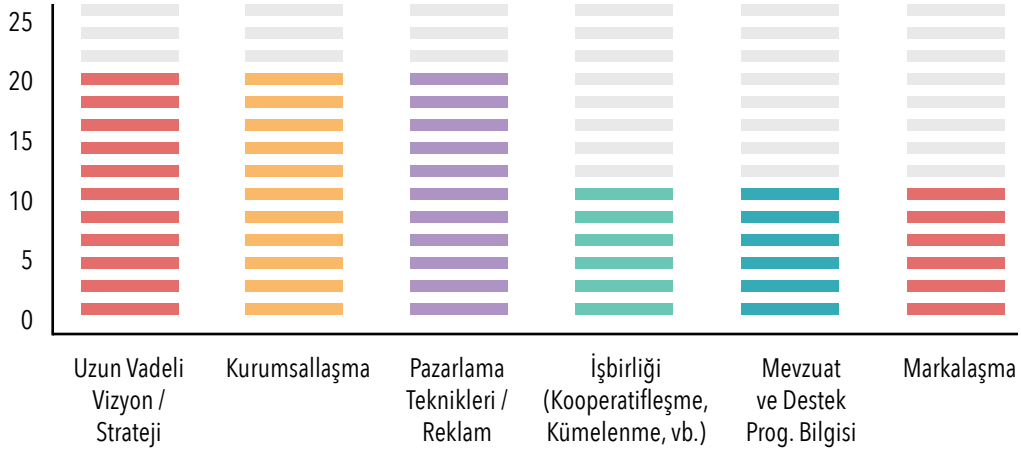
11.4. Esnaf ve Sanatkârın Önemli Eksiklikleri

Araştırma kapsamında ziyaret edilmiş ve yerinde incelenmiş olan işletmeler yukarıda açıklanmış olduğu gibi bazı yönlerden başarılı görüldükleri için seçilmişlerdir. Nitekim incelemeler sonucunda bunların neden ve nasıl başarılı oldukları bu raporda detaylı şekilde incelenmiştir. Ancak, bu nispeten başarılı esnaf işletmesi örneklerinde bile, öne çıkan bazı önemli eksiklikler de görülmüştür. Bu bağlamda aşağıda tartışacağımız bu eksikliklerin bazılarının incelenmiş olan işletmelerin tamamında bulunmadığı belirtilmelidir. Ancak incelenmiş olan işletmelerin büyük çoğunluğunda bu eksikliklerin bazıları ya da tamamı göze çarpmaktadır.

Esnaf ve sanatkârlarda gözlemlenen en önemli eksikliklerin başında uzun vadeli vizyon ve geleceğe yönelik sağlam bir strateji gelmektedir. Esnaf ve sanatkâr genellikle çok kısa vadeli düşünmekte, kısa vadede kendisine kazanç sağlayacak uygulamaların orta ve uzun

vadedeki sonuçlarını hesap etmeyi düşünmemektedir. Oysa kendisine kısa, orta ve uzun vadede belli hedefler belirleyen ve bu hedeflere ulaşma yolunda bir strateji çizen kişilerin başarılı olma olasılığı çok daha yüksektir. Yukarıda yapılan rüzgârda süzülen yaprak analojisi burada da geçerlidir. Esnaf ya rotasını kendisi çezecek ya da rüzgâr onu nereye atarsa oraya sürüklenecektir.

Şekil 28. Esnaf ve Sanatkârın Önemli Eksiklikleri



Yukarıdakiyle ilişkili olan bir diğer eksiklik ise kurumsallaşmadır. Esnaf ve sanatkâr işletmeleri genellikle kısa vadeli düşüncelerin ürünü oldukları gibi kişilere bağlı olan ve yönetsel yapıları net olmayan işletmeler olarak ortaya çıkmaktadır. Oysa ki başarılı ve kalıcı olabilen, büyüyen işletmeler, kişilere bağlı ve keyfi yönetsel yapıları dönüştürerek kurumsallaşabilen işletmeler olmaktadır. Bu bağlamda kurallara bağlı; kişilerin rollerinin, yetki ve sorumluluklarının net bir şekilde belirlendiği; yönetsel ve mali yapının şeffaf bir hâlde ortaya konduğu sürdürülebilir bir yapının tesis edilmesi ve korunması, işletmeler için hayati önemdedir.

En başarılı esnaf ve sanatkâr işletmelerinde dahi öne çıkan eksikliklerden bir diğeri de pazarlama tekniklerini ve reklam faaliyetlerini neredeyse hiç kullanmıyor olmaktadır. Pazarlama ve reklam maliyetlerinin çok yüksek olduğu dönemlerde bu eksiklik ekonomik bakımdan anlayışla karşılanabilecekken; günümüzde iletişim araçlarının ulaştığı inanılmaz çeşitlilik ve yaygınlık, esnaf ve sanatkârlara ürün ve hizmetlerini daha geniş kitlelere pazarlama ve tanıtma konusunda eşsiz imkânlar sağlamaktadır. İnternet başta olmak üzere günümüz iletişim araçlarını kullanmıyor ve pazarlama tekniklerine rağbet göstermiyor olmak, esnaf açısından büyük bir olumsuzluktur.

Bir diğer husus ise esnafın özellikle diğer esnaflarla iş birliği yapma konusundaki isteksizliğidir. Esnaf bir yandan ekonominin mevcut rekabetçi yapısı içinde çok küçük bir ekonomik aktör olmasından ve bunun ekonomik dezavantajlarından yakınmakta; öbür yandan da diğer esnaflarla bir araya gelerek ortak tedarik, ortak pazarlama, kooperatifleşme, esnaf çarşıları/AVM'leri oluşturma vb. iş birliği yöntemleriyle daha büyük ve dolayısıyla avantajlı bir ekonomik aktöre dönüşme şansını düşünmemektedir. Bu tür iş birlikleri eğer hakka-

niyetli, şeffaf ve doğru kurumsal yapılar temelinde oluşturulabilirse tüm katılımcılarına, müşterilere ve genel olarak ekonominin tamamına fayda sağlayabilecektir.

Esnaf ve sanatkârlar arasında göze çarpan bir diğer eksiklik ise kendilerini ve faaliyet alanlarını ilgilendiren mevzuat konusundaki bilgi eksiklikleridir. Bu anlamda yalnızca, çok dar ve belirli alanlarda, işlerine yaradığı oranda mesleklerinin çerçevesini belirleyen kural ve düzenlemelerden haberdar olmaktadır. Bu durum meslekleriyle alakalı pek çok kanunun uygulanması noktasında kendilerine dezavantaj yaratmaktadır. Ayrıca özellikle pek çok konuda sorunlarının çözümü için devletten yardım ve destek talep eden esnaf, devletin kendileriyle temas etmesi amacıyla oluşturmuş olduğu mekanizmalardan ve de çeşitli kurum ve birimleri aracılığıyla hâlihazırda sunmakta olduğu destek ve teşvik programlarından haberdar değildir. Haberdar olduklarından ise genelde kulaktan dolma ve yetersiz bilgilerle haberdardır.

10

Bölüm 12

Sektördeki Büyük Ölçekli
Firmalar ile Mülakatlar

12

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörünün Analizi Projesi kapsamında yer alan temel araştırma faaliyetlerinden biri, büyük firmalarla mülakatlar çalışması olmuştur. Bu bağlamda 4 farklı ilden (İstanbul, Ankara, Denizli, Gaziantep) 8 farklı büyük ölçekli firma ile yapılan derinlemesine görüşmelerde öne çıkan gelişim hikâyeleri, büyüme stratejileri ve esnaf için örnek alınabilecek uygulamalara odaklanılmıştır. Bütün firmalar göz önüne alındığında mülakatlar esnasında öne çıkan 18 strateji bulunmaktadır. Bu stratejilerden bazıları (Örneğin, uluslararasılaşma, makineleşme veya pazar çeşitlendirme) yaygın olarak uygulanmış, bazıları (Örneğin; ortaklık kurmak, ham maddenin peşin alınması vb.) ise sadece bir ya da iki firma tarafından uygulanmıştır. Bu bölümde sadece mülakatlar esnasında gündeme gelen konular raporlanmıştır. Bunun haricinde DTS Tekstil, bir üretim firması olmadığı için bu açıdan ortak değerlendirmeye katılmamış; ancak bir dış ticaret sermaye firması olarak küçük firmalar ve esnaf açısından önemi vurgulanmıştır.

Tablo 43. Mülakat Yapılan Firmalar

Ziyaret Edilen Firma	Görüşülen Kişi	Görüşülen Kişinin Ünvanı	Yer ve Tarih	Katılanlar
Hakan Çanta San. ve Tic. A.Ş. (Hakan Çanta)	Bülent Mızrak	Genel Müdür	İstanbul 2 Eylül 2015	Onur Unutulmaz Seval Yaman Faruk Çankaya Kamuran Yavuz Arif Emre Doğan
Orallar Deri ve Deri Mam. San. Tic. A.Ş (Matmazel Çanta)	Ali Osman Oral	Yönetim Kurulu Başkanı	Ankara 27 Ağustos 2015	Senem Ertan Seval Yaman Faruk Çankaya Selda Nil Güner
Matraş Deri Mamülleri San. ve Tic. A.Ş. (Matraş Deri)	Erhan Matraş	Genel Müdür	İstanbul 3 Eylül 2015	Senem Ertan Seval Yaman Gökhan Savaş Selda Nil Güner Arif Emre Doğan
Beğendi Halı Tekstil San. ve Tic. A.Ş	İbrahim Beğendi	Yönetim Kurulu Başkan	Gaziantep 16 Eylül 2015	Seval Yaman Onur Unutulmaz Faruk Çankaya Kamuran Yavuz
Kömürcü Giyim	Ali Kömürcü	Firma Sahibi	Gaziantep 16 Eylül 2015	Senem Ertan Gökhan Savaş
Kayra Giyim	İlhan Koçyiğit	İdari ve Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı	Ankara 16 Ekim 2015	Senem Ertan Selda Nil Güner Kamuran Yavuz Arif Emre Doğan
Süzer Tekstil	Ali Süt	Firma Yöneticisi / Ortağı	Denizli 22 Ekim 2015	Onur Unutulmaz Seval Yaman Faruk Çankaya Arif Emre Doğan
DTS Tekstil Dış Ticaret A.Ş.	Tansel Kavas & Kemal Erdem	Mali İşler Müdürü & İhracat Uyg. Md.	Denizli 22 Ekim 2015	Onur Unutulmaz Seval Yaman Faruk Çankaya Arif Emre Doğan

12.1. Dış Ticaret Sermaye Firmaları ve Esnaf

Türkiye'deki dış ticaret sermaye firmaları, özellikle küçük firmalar, esnaf ve sanatkârlar için avantajlar sağlayan aracı firmalardır. Kurumsallaşmasını henüz tamamlayamamış ve küçük ölçeklerde ticaret yapan firmaların kullanabileceği ihracat işlemlerinin tamamını üstlenerek profesyonelce yürüten ve bu işlemlerden komisyon alarak hayatta kalan firmalardır. Dış ticaret sermaye firmaları, müşteri firmasından ihracatı yapılan ürünle ilgili tüm bilgileri alarak Türkiye'de hazırlanması ve ilgili mercilere sunulması gereken formları doldurarak gerekli izinleri almakta ve bütün gümrük sürecini ve KDV iadeleri süreçlerini takip etmektedir. Bu hizmetler, küçük firmalar için bir ticaret birimi kurarak bütün işlemleri kendilerinin takip etmesinden daha kolay ve görece daha ucuza gelmektedir. Ayrıca bu firmalar hem konularında uzman hem de bürokratik işlemler hakkındaki mevzuata hâkim oldukları için işlemleri hatasız ve hızlı bir şekilde idare edebilmektedirler. Bu sebeplerle mülakatlardan birisinin yapıldığı DTS ve benzeri dış ticaret sermaye firmalarının, esnaf tarafından kullanılması, özellikle büyüme aşamasında kendilerine bazı avantajlar sağlayabilecektir. Fakat esnaf öncelikle bu firmaların güvenilirliği konusunda araştırma yapmalı ve konusunda uzman ve deneyimli firmalar ile çalışmayı tercih etmelidir.

12.2. Kurumsallaşma

Araştırmada incelenen firmalardan dört tanesi, özellikle kurumsallaşmanın firmanın büyümesine önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır. Kurumsallaşma en kısa tanımıyla “bir işletmenin tüm faaliyetlerinin sistematik bir hâle getirilmesi ve kişilere bağımlılıktan kurtarılmasıdır”.¹⁵⁶ Özellikle istikrarlı bir büyüme ve yetkin bir yönetim için gerekli görülen kurumsallaşmanın temel amacı, işletmelerin patron, yönetici, müdür gibi kişilerden ve onların kendi becerilerine bağlı icra yöntemlerinden bağımsız hâle gelmesi ve kendi kendine işleyebilecek ve sürekliliği olan bir sistematığın sağlanmasıdır.

Aşağıdaki tabloda sadece, yapılan mülakatlar esnasında öne çıkan ve vurgulanan stratejiler belirtilmiştir. Bu sebeple bir stratejinin işaretlenmemiş olması o stratejinin hiç uygulanmamış olması değil, mülakatta vurgulanmamış olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 44. Mülakatlarda Öne Çıkan Büyüme Stratejileri

	Hakan Çanta	Matmazel Çanta	Matraş Deri	Beğendi Halı	Kömürcü Giyim	Kayra Giyim	Süzer Tekstil
Kurumsallaşma							
Uluslararasılaşma							
Makineleşme							

¹⁵⁶ Baltalar, Hasan, (2008). Kurumsallaşma Süreci; <http://www.hasanbaltalar.com/index.php?id=40> (Erişim Tarihi: 9.5.2016)

	Hakan Çanta	Matmazel Çanta	Matraş Deri	Beğendi Halı	Kömürcü Giyim	Kayra Giyim	Süzer Tekstil
AR-GE ve Tasarım							
Markalaşma							
Reklam faaliyeti							
Fason üretime geçiş							
Mağazalaşma							
Ürün çeşitlendirme							
Pazar Çeşitlendirme							
Satış Kanalı Çeşitlendirme							
Ünlü markalardan satış lisansı alma							
A'dan Z'ye üretim zincirine hâkimiyet							
Etkin İK yönetimi							
Teşvik ve krediler							
Uzmanlaşma							
Ham maddenin peşin alınması							
Ortaklık kurmak							

Mülakat yapılan 7 firmadan 6'sının aile firması olduğu düşünüldüğünde, kurumsallaşmanın, bireylere bağlı kalmadan büyümeyi getiren bir özellik olması bakımından önemli olabileceği görülmektedir. Fakat kurumsallaşmanın büyüme stratejisi olarak vurgulandığı dört firma; Süzer Tekstil, Kayra Giyim, Beğendi Halı ve Hakan Çanta'dır. Bu firmalarda çeşitli otomasyon sistemlerinin temin edilmesiyle hem üretim kurumsallaştırılmış hem de finans süreçleri takip edilerek kısa orta ve uzun vadede stratejik planlamalarla firmaların verimliliği artırılmıştır. Bunun haricinde, ast-üst hiyerarşisi ve görev tanımlarının da

yapılması firmaların sistematik bir şekilde büyümesini sağlamıştır. Başarılı ve kalıcı olmayı hedefleyen esnaf ve sanatkârların, işletmelerinin yapısını kurumsal bir zemine oturtmayı da düşünceleri faydalı olacaktır. Bu bağlamda sürdürülebilir ve fonksiyonel kurumsal bir sistemin adil, şeffaf ve katılımcı bir kurumsal yapının oluşturulmasını hedeflemesi küçük işletmelerin başarılı bir büyüme sürecini yürütebilmesi için ilk adım olarak görülebilir. Bunun yanında yeni nesil aile bireylerinin, kurum geleceğine katkı yapabilecek üniversite eğitimi ve dış ticaret, işletme yönetimi gibi özel eğitimleri alması sağlanarak işletmeye katkı sunulabilir.

12.3. Uluslararasılaşma

Araştırmada incelenen firmalardan altı tanesi, özellikle uluslararasılaşmanın firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Uluslararasılaşmanın birkaç boyutu olduğunu söyleyebiliriz. İlk olarak fuarlara katılım ve yurt dışındaki müşterilere ulaşım aşaması gelmektedir. Ondan sonra ise ithalat ve ihracat aşamaları gelmektedir. Bu bağlantılar kurulduktan sonra ise Tablo 44'te 12. strateji olarak değerlendirilmiş olan ünlü markalarla satış lisanslarının alınması aşaması da uluslararasılaşma stratejisinin daha spesifik bir kolu olarak algılanabilmektedir. Bu bağlamda herhangi bir uluslararasılaşma stratejisi izlemeyen tek firma, ulusal bez üreticisi olan Süzer Tekstil'dir. Bu stratejinin çok yaygın olarak kullanılan bir strateji olması yaşadığımız küresel dünyada küresel düşünmenin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu sebeple fuarlara katılarak hem yeniliklerin takip edilmesi hem de yurt dışındaki yeni müşterilere erişimin sağlanabilmesi çok elzem bir büyüme stratejisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Fuarlar, işletmelere, emsal işletmeleri inceleyerek vizyon kazanma imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda uluslararası alanda faaliyet gösterebilme noktasında cesaret kazanmalarına da katkı sağlamaktadır. Bu sebeple günlük rutinlerinin dışına çıkmayı başaran firma yöneticileri, uluslararası alanda takip ettikleri fuarlardan büyük kazanımlar etmektedirler. Bu deneyimler ve fuarlarda kurulan bağlantılar sayesinde, hem ucuz ham maddeye ve üretim parçalarına erişim kolaylaşmakta hem de ürünlerin pazarlanması bakımından uluslararasılaşma önemli bir rol oynamaktadır. Bu strateji, hem finansal ve siyasi krizlere karşı pazar çeşitlendirmesi olarak kullanılmakta hem de kâr marjının artmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple büyümek isteyen esnaf için olmazsa olmaz bir strateji olarak görülmektedir.

12.4. Makineleşme

Araştırmada incelenen firmalardan beş tanesi özellikle makineleşmenin firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Özellikle elde edilen kârın yeni makine alımına ve yeni yatırımlara harcanmasının, işletmelerin büyümesi için çok önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Bu bağlamda üretimde modern teknolojiye geçiş, verimliliği, kaliteyi ve müşteri memnuniyetini arttıran bir araç olmakta ve sürekli değişim ve gelişim gösteren ulusal ve uluslararası pazarlarda kalıcı bir yer edinmek için gerekli görülmektedir.

Başarılı ve istikrarlı bir gelişme ile büyümek isteyen esnaf ve sanatkârlar, özellikle, öğrenmiş oldukları geleneksel üretim metotlarını modern teknoloji ve makineleşme ile harmanlayarak kullanmalıdır. Aksi takdirde zamanın gerisinde kalarak büyümeyi başarabilmeleri zor gibi

görülmektedir. Bu sebeple her türlü yeniliğin internet, fuarlar, meslek odaları gibi çeşitli kanallar yoluyla takip edilmesi çok elzemdir. Bu sebeple, özellikle kazanılan kârın, kişisel giderler yerine kurumsal büyümeyi hedefleyen aynı zamanda verimlilik ve kaliteyi de artıracak makinelere yatırılması çok önemli bir strateji olarak karşımıza çıkmaktadır.

12.5. AR-GE ve Tasarım

Araştırmada incelenen firmalardan dört tanesi, özellikle AR-GE ve tasarım faaliyetlerinin firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Sürdürülebilir bir üretim için sektördeki yenilikleri takip ederek yeni ürünler ve tasarımlar yaratmak, özellikle bir moda sektörü olan deri giyim ve ayakkabı sektörü için çok önemlidir. Bu bağlamda piyasaya yön vermek ve talepleri şekillendirme gücüne sahip olmak için firmalar, hem AR-GE yapmak hem de yeni tasarımlara imza atmak zorundadırlar. Sadece yurt dışından üretilen modelleri taklit etme yoluyla sektörde yeterli büyümeye ulaşılması çok zor görülmektedir. Bu sebeple dış pazarlardaki gelişme ve yenilikleri, firmaların kendi içerisindeki AR-GE ve tasarım faaliyetleri ile güçlendirerek yeniliklere imza atılması bu firmaların diğer firmalardan farklılaşmasını, sektörde ön plana çıkmasını sağlamaktadır. AR-GE ve tasarım, özellikle sektörün dünyadaki en bilinmiş üreticilerinden olan İtalya'daki firmaların çok önem verdiği bir faaliyet olarak karşımıza çıkmakta ve ülkeyi bu konuda lider konuma taşımaktadır. Bu bakımdan Türkiye'deki esnaf da, kendini geliştirmek için AR-GE ve tasarıma yatırım yaparak sektörde yüksek kalitede üretim ve modaya yön verme gücüyle kalıcılığı sağlayabilecektir. Bu bağlamda firmalar deneyimli olmadıkları alanlarda uzmanlardan danışmanlık hizmeti alabilmektedirler. Bu hizmetler, esnafın kendini geliştirmesi için önemli olabilmektedir.

12.6. Markalaşma ve Reklam

Araştırmada incelenen firmalardan üç tanesi, özellikle markalaşmanın, firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Bu bağlamda markalaşma genel olarak sadece AR-GE ve tasarım faaliyetleri ile yeniliklere imza atabilen firmaların başarabileceği bir strateji olarak karşımıza çıkmaktadır. Markalaşma, bir firmanın üretmiş olduğu ürünlerin taklit edilebilirliğini azaltmakta ve müşterilerin o firma hakkındaki farkındalıklarının gelişmesine sebep olacak bir farklılığın bulunması ile tanımlanabilmektedir. Bu firmalar yenilikçi yapıları, kaliteli üretim ve tasarım kabiliyetleri ile markalaşmaya giderek, rakipleri karşısında avantaj sağlayabilmektedirler. Fakat markalaşma süreci çok kolay olmamaktadır ve istikrarlı ve sabırlı bir çabayı ve yatırımı gerektirmektedir. Süreç özellikle reklamcılık faaliyetleri ile eşgüdümlü ilerlemektedir. Firmalar; güçlü ve orijinal markalar yaratmak için öncelikle bu markaları müşterilere tanıtmak ve pazarlamak durumundadırlar. Bu sebeple markalaşma stratejisini reklam ve pazarlama stratejileri ile destekleyerek rakiplerinden farklılaşmaktadır. Farklılaşarak rekabet etmek, küreselleşen dünyada rekabetçi ortama ayak uydurmak için önemli bir strateji olabilmektedir.

12.7. Fason Üretime Geçiş

Araştırmada incelenen firmalardan beş tanesi, üretimi fason üreticilere kaydırmanın firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Bu bağlam-

da büyük firmaların esnaf ve sanatkârlar ile kurduğu en önemli ilişki, büyüyen firmaların atölyelerini kapatarak esnafa üretim yaptırmasıdır. Bu strateji, süreç içerisinde özellikle işçi istihdamı maliyetlerini düşürerek firmanın kâr marjını artırmaktadır. Aynı zamanda Türkiye'deki esnafın ayakta kalarak üretimini devam ettirmesini ve piyasayı öğrenerek daha başarılı olmasını sağlamaktadır. Bu bakımdan iki tarafın da kazançlı çıktığı bir stratejidir. Bazı durumlarda ise kendi atölyesindeki üretim ile talebi karşılayamayan firmalar, esnaftan yardım alarak talebi karşılamakta ve üretimlerini artırabilmektedir. Bu stratejinin bir diğer uygulama alanı ise ürün çeşitlendirme stratejisi ile birlikte görülmektedir. Ürün yelpazesini genişletmek isteyen firmalar aksesuar, çanta vb. ürünleri yine fason üreticilerden yardım alarak yapmaktadır. Bu şekilde koleksiyonlarını tamamlayan firmalar o ürünler için işçi istihdam etmeden ve yeni atölyeler kurmadan bu ürünleri temin edebilmektedirler. Kısacası, fason üreticilerden yardım alma taktiği birçok yönden hem büyüyen firmaları hem de esnaf ve sanatkârı destekleyen bir stratejidir.

12.8. Mağazalaşma

Araştırmada incelenen firmalardan dört tanesi özellikle mağazalaşma faaliyetlerinin, firmanın büyümesinde önemli rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Mağaza açmaya yönelme, özellikle belirli bir marka değerine ulaşmış firmalar için takip edilen bir stratejidir. Kısacası, firmaların genişlemeyi hedefleyerek kendi adlarıyla yeni mağazalar açma süreci olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda belirli bir tanınırlığa ulaşan firmalar, özellikle AVM'lerde mağazalaşmaya giderek satışlarını artırmaktadırlar. Mülakatlarımıza katılan firmalar genel olarak mağazalaşma stratejisini ilk başta temkinli bir şekilde ve yavaş yavaş uygulamakta; belirli bir tanınırlığa ve mağazalaşma ivmesine ulaştıktan sonra hızlarını artırmaktadırlar. Fakat bu strateji iyi bir şekilde planlanmaz ve mağazanın açılacağı yer ile ilgili gerekli fizibilite çalışmaları yapılmaz ise strateji başarılı olmayabilir. Mağazalaşma aşamasında esnaf yer seçimi, fiyatlandırma, kampanya yönetimi, vitrin tasarımı, dağıtım kanallarının planlaması, personel politikası gibi birçok alt başlığı içeren ve perakendecilik alanında da iyi olan firma deneyimlerinden faydalanabilir. Bu konuda da işin ehli kesimlerle istişare etmek mağazaların kalıcı olması bakımından önemli olacaktır. Özellikle yavaş ama istikrarlı büyüme modeli izlemek isteyen esnaf, mağazalaşma stratejisini kontrollü olarak yürütmeli ve öncelikle gerekli kurumsal altyapıyı tamamlamalıdır.

12.9. Çeşitlendirme: Pazar, Ürün, Satış Kanalı

Araştırmada incelenen firmalardan altı tanesi, çeşitlendirme faaliyetlerinden en az bir tanesinin (pazar çeşitlendirme, ürün çeşitlendirme ve satış kanalı çeşitlendirme) firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Çeşitlendirme çok yönlü bir stratejik eylemdir. Öncelikle ürün çeşitlendirme, aynı zamanda müşterilerin de çeşitlendirilmesini beraberinde getiren bir adımdır. Bu strateji çerçevesinde firmalar, uzmanlaştıkları alan dışında kalan veya o alanı destekleyen ürünleri üretmeye başlayarak daha geniş bir müşteri kitlesine hitap etmeyi amaçlarlar. Örneğin, tekstil giyim eşyaları satan bir firma çanta cüzdan ve aksesuarları, koleksiyonuna katarak ürün yelpazesini çeşitlendirebilmektedir ya da bir firma sadece üst kalite ürün üretirken daha ucuz ürün üretmeye ve yine farklı müşteri kitlelerine hitap etmeye başlayabilir. Böylece ürün çeşidi olmasa da ürün kalitesi

değiştiğinden bu da bir ürün çeşitlendirmesi olarak görülebilmektedir. İkinci çeşitlendirme türü ise pazar çeşitlendirmesidir. Bu strateji özellikle ekonomik ve siyasi kriz süreçlerinden firmaların etkilenmemesi için etkili bir strateji olarak görülmektedir. Bu bağlamda firmalar sadece bir pazara satış yapmak yerine, farklı pazarlara açılarak olası tehlikelerden korunmuş olurlar. Örneğin bir firma, sadece Rusya pazarına satış yapmak yerine Orta Doğu pazarı ve iç pazara da satış yaparsa, yakın geçmişte Türkiye ile Rusya arasında yaşanan gerilim benzeri krizleri daha rahat atlatabilecektir. Son olarak satış kanalı çeşitlendirmesi, küreselleşen dünyadaki teknolojik gelişmelere ayak uydurmak suretiyle *franchising*, internet vb. kanalların kullanılmaya başlanarak satışların arttırılmasını hedeflemektedir. Kısacası, esnaf, yeniliklere ve çeşitlendirme stratejilerine açık olursa bunun avantajını çok yönlü olarak deneyimleyebilecektir. Fakat çeşitlendirme sınırlarını iyi belirlemek gerekmektedir. Özellikle ürün yelpazesini çok genişletmek riskli olabilmektedir. Önemli olan esnafın bir yeri ve bir tarzı sahiplenerek uzmanlaşması sonra da gerekli görülen aşamalarda genişleyerek çeşitlendirmeye gidilmesidir. Kontrolsüzce ve iyi planlanmadan yapılan her tür çeşitlendirme politikası büyük olasılıkla başarısız olacaktır.

12.10. Ünlü Markalardan Satış Lisansı Almak

Araştırmada incelenen firmalardan iki tanesi, özellikle ünlü markalardan satış lisansı almanın firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Bu firmalar özellikle çanta üretimine yönelmiş olan Hakan Çanta ve Matmazel Çanta'dır. İki firma da kendi üretimlerinin yanında ünlü yabancı markalar ile anlaşmalar yaparak onların ürünlerini de mağazalarında satmaktadırlar. Bu strateji özellikle bu firmaların AVM'lere girmesini ve AVM'lerde kalıcı olmasını sağlamıştır. Yabancı lüks tüketim ürünlerinin Türkiye'ye getirilerek satılması, ilk aşamada esnaf için mümkün olmasa da belirli bir büyüme ve mağazalaşma ivmesini yakalayabilen firmalar için uygun bir strateji olabilmektedir. Bu tabii ki kolay bir süreç değildir. Hem firmanızın hem de mağazalarınızın belirli bir seviyeye ulaşmış olması gerekmektedir. Bu iki çanta firması, bu stratejiyi Türkiye'ye bir yenilik getirerek müşteri profillerini genişletmek için kullanmışlardır. Bu firmalar ünlü markalarla sözleşmeler yapabilmek için dürüst, düzgün ve güvenilir bir üretici ve vergi mükellefi olarak faaliyetlerini göstermişlerdir.

12.11. A'dan Z'ye Üretim Zincirine Hâkimiyet

Araştırmada incelenen firmalardan iki tanesi özellikle A'dan Z'ye üretim zincirine hâkim olmanın firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Bu firmalar Matraş Deri ve Beğendi Halı'dır. İki firma da ham maddelerini alarak bütün işlemleri kendi bünyelerindeki fabrikalarda yapmakta ve son ürünü çıkarmaktadır. Bu bağlamda Matraş, ham deriyi alarak bütün işlemlerden geçirip son mamulü üretmekte; Beğendi Halı ise iplik üretimini de kendisi yaparak son mamulünü üretmektedir. A'dan Z'ye üretim zincirine hâkimiyet, yani ham madde temin edip bu ham maddeyi işleme ve son mamul üretme kapasitesine sahip olma yetisi, bir firma için önemli bir avantaj sağlamaktadır. Öncelikle aracı firmaları ortadan kaldırarak kâr marjını arttırmaktadır. Bunun haricinde ekonomik kriz dönemlerinde meydana gelebilecek alım-satım ve ödeme sorunlarını ortadan kaldırarak firmaların bu süreçleri kendi bünyelerinde çözmelerini ve krizleri daha rahat atlatabileceklerini

sağlamaktadır. Bu bağlamda firmalar, belirli bir büyüklüğe ulaştıkları zaman, uzmanlaştıkları ürünün A'dan Z'ye üretim zincirine hâkim olarak hem kendi tedarikçileri olabilirler hem de bunun getirdiği avantajlardan faydalanabilirler.

12.12. Etkin İnsan Kaynakları Yönetimi

Araştırmada incelenen firmalardan üç tanesi özellikle etkin İK yönetiminin firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır (Bkz. Tablo 44). Etkin İK yönetiminin de farklı boyutları bulunmaktadır. Etkin İK yönetimi, özellikle büyümekte olan firmalarda kurumsallaşma ile birlikte gelmektedir. Fakat mülakata katılan firmalardan bazıları, kurumsallaşmanın yanında özellikle İK yönetimini firmanın büyümesini etkileyen bir faktör olarak ayrıca belirtmiştir. Bu bağlamda insan kaynakları yönetimi görev hiyerarşisinin ve görev tanımlarının belirlenmesi ve firmanın personel yönetiminin bir sisteme oturtularak yapılmasını içermektedir. Burada istihdam ve ücret politikalarının belirlenmesi ile firmalar işçilerinden maksimum verimi almaya çalışacaklardır. Giyim, deri ve ayakkabı sektörlerinin emek yoğun sektörler olması dolayısıyla bu sektörde faaliyet gösterecek firmaların istihdam politikaları belirleyici olmakta; özellikle alanında iyi ustaların firmada kalıcı olarak çalışmasında ve yeni elemanların yetiştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bunun yanında mağazalaşmaya giden firmalarda da satış elemanlarının ve mağaza müdürlerinin gerekli eğitimlerden geçirilerek etkin satış yöntemleri geliştirmeleri önem arz etmekte ve satış marjını arttırmaktadır. Bu sebeple esnaf büyürken, personel süreçlerini etkin bir şekilde yürütmek için adımlar atmalı ve çalışanlarına gerekli eğitim ve motivasyonu vererek iş verimini arttırmalıdır.

12.13. Teşvik ve Krediler

Araştırmada incelenen firmalardan iki tanesi firmanın büyümesi sürecinde kredi veya teşviklerden faydalandığını belirtmiştir (Bkz. Tablo 44). Teşvik ve krediler özellikle makineleşme süreçlerinde esnafa ve firmalarının teknolojik temellerini artırmak isteyen firmalara fayda sağlamaktadır. Fakat mülakatlardan anlaşıldığı üzere firmalardan birçoğunun üretim yaptıkça kâr ederek öz sermayesinden makineleşme ve firmayı büyütme yolunu izlediğini görüyoruz. Kredi ve teşvik kullanımı mülakat yapılan firmaların çoğunda fazla tercih edilmeyen bir strateji olmuştur.

12.14. Uzmanlaşma

Araştırmada incelenen firmalardan beş tanesi özellikle üretimde uzmanlaşma yoluna giderek firmanın büyümesini sağlamıştır (Bkz. Tablo 44). Bu bağlamda firma yöneticileri, mesleğin içinden gelen, yani çıraklıkla başlayan bir süreçten devam ederek icra ettikleri üretim kolunun bütün detaylarını öğrenmişler ve başka üretim kollarına yönelmemişlerdir. Bu durum yöneticilerin üretim sürecindeki bütün detaylara hâkim olmasını, piyasayı ve pazarları tanıyarak yerinde kararlar almasını sağlamıştır. Bu bağlamda uzmanlaşma stratejisi, gerek müşteriyi tanımak gerekse üretimin detaylarına hâkim olmak bakımından avantaj sağlamaktadır. Doğabilecek sorunlara çözüm üretmek de uzmanlaşma yapan firmalarda daha kolay olabilecektir. Bu sebeplerle başarılı bir büyümeyi yakalamak isteyen esnaf, öncelikle iyi bildiği iş dalına odaklanarak tecrübelerini kullanmalıdır. Gerekli görüldüğü takdirde ise

uzman kişilerin yardımını alarak ürün çeşitlendirmesine gitmelerinin daha başarılı sonuçlar doğuracağı görülmektedir.

12.15. Ham Maddenin Peşin Alınması

Araştırmada incelenen firmalardan iki tanesi özellikle ham maddenin peşin alınmasının firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır. Bu iki firma tekstil firmalarıdır ve özellikle ipliğin ve kumaşın peşin olarak alınmasının avantajlı bir durum yarattığı belirtilmiştir. Peşin alımlarda tedarikçilerin sağladığı indirimler, ham madde alımında firmaların maliyetlerini düşürmekte; aynı zamanda kur farklarından ve enflasyondan etkilenmemelerini sağlamaktadır. Borçlanmak firmalar için her zaman bir dezavantaj getirmekte ve yatırımların azalmasına yol açmaktadır. Ham maddenin peşin alınması sayesinde firmalar daha fazla kâr elde edebilmekte ve krizleri daha rahat atlatabilmektedir. Fakat ham maddeyi peşin almak bazı sektörlerde ya da ürünlerde dezavantaj da doğurabilmektedir. Bu sebeple esnaf, bu stratejiyi uygularken dikkatli olmalıdır. Deri, giyim ve ayakkabı sektörleri moda ile bağlantılı sektörler olduğu için modasının geçmesi ihtimali olan mallar ve ham maddeler peşin alınırken dikkat edilmelidir. Çok fazla alım yapılması durumunda, modanın yönünün değişmesi ile birlikte alımı yapılan malın kullanılamaması ve zarar edilmesi de söz konusu olabilmektedir. Bu sebeple esnaf, riskin farkında olarak akılcı miktarlarda orta ve uzun vadeli planlamalarını yaparak alım gerçekleştirmelidir.

12.16. Ortaklık Kurmak

Araştırmada incelenen firmalardan sadece Süzer Tekstil, ortaklık kurarak büyüme aşamasında bir avantaj sağlamıştır. Süzer Tekstil bir ham bez firması olduğu için bu alanda bir boya firması ile ortaklık kurarak hem kendi satışını artırmış hem de diğer firma ham madde ihtiyacını daha rahat karşılamaya başlamıştır. Ortaklık durumları iki firmanın da avantaj sağlayacağı durumlarda faydalı bir strateji olarak görülmektedir. Ortaklıkların en önemli avantajı birden fazla sahibi olan firmaların daha rahat fon bulması ve sermayenin arttırılarak daha büyük çaplı işlere girişilebilmesidir. Bunun yanında kredi vb. gibi durumlarda firmanın borçlanma kapasitesi de daha fazla olacaktır. En büyük dezavantajı ise müşterek karar verilmesinin zorlaşması ve ortaklardan birinin yaptığı hatalardan veya tüm borçlanmalardan diğer ortağın da sorumlu olmasıdır. Bu dezavantajları düşününce firmalarımızın büyük çoğunluğunun bir ortaklığa girişmemesi veya var olan ortaklıklarını bitirerek yola devam etmeleri çok da yadırganacak bir durum olarak görülmemektedir. Fakat büyümek isteyen ve tek başına buna gücü yetmeyen esnafın, sağlam hukuki temellere dayanan ortaklıklar ile büyüme yoluna gitmesi de göz ardı edilemeyecek bir opsiyon olarak karşımıza çıkmaktadır.



Bölüm 13

Sektördeki Esnaf ve Sanatkâr
ile Müşterilerle Yapılan Anketler



Türkiye genelinde, sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara yönelik olarak %95 güven düzeyinde ve %3 kabul edilebilir hata aralığında 1100 esnaf ve sanatkâra anket uygulanmıştır. Esnaf anketinin genel amacı; sektördeki esnaf ve sanatkârların mevcut durumunun analizini yapmak ve sektördeki esnaf ve sanatkârların görüş, sorun ve önerilerini tespit etmektir. Anketin uygulanacağı kitle, bulundukları bölge ve mesleğin alt grupları dikkate alınarak belirlenmiştir. Benzer şekilde, Türkiye genelinde, ilgili sektörde, esnaf ve sanatkârlar tarafından sunulan ürün/hizmetlerden faydalanan müşterilere yönelik olarak %95 güven düzeyinde ve %3 kabul edilebilir hata aralığında yaklaşık 1000 kişiye anket uygulanmıştır. Müşteri anketinin genel amacı ise sektörün müşterilerinin görüş, beklenti ve önerilerini tespit etmektir.

13.1. Esnaf ve Sanatkârlara Yönelik Anket Çalışması Sonuçları

Türkiye genelinde deri, giyim ve ayakkabı sektörünün alt mesleklerinde faaliyet gösteren 1100 esnaf ve sanatkâr ile yüz yüze yapılan anket uygulamaları neticesinde istihdam, işe başlangıç süreçleri, üretim, pazarlama ve rekabet, finansman, mevzuat, meslek örgütleri ve kamu kuruluşları ile ilişkiler, mesleğin cazibe ve sakıncaları, teknoloji ve yenilik düzeyi konularında bilgiler alınmıştır. Anket çalışması, Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Gaziantep, Hatay, İçel, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Konya, Manisa, Muğla, Sakarya, Samsun, Trabzon ve Şanlıurfa olmak üzere toplam 20 ilden 1100 esnaf ile gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasına katılanların %23,6'sı kadın ve %76,4'ü erkektir. Bunların çoğunluğu (%80,2) evlidir. Çalışmaya katılan esnafların yaş ortalaması 41'dir. En genç esnaf 18 yaşında iken en yaşlı esnaf 77 yaşındadır. Eğitim durumlarına bakıldığında, katılımcıların büyük kısmının (%41,1) lise mezunu olduğu ve kalanların da ağırlıklı ilkokul (%26,6) ve ortaokul (%19,4) mezunu oldukları görülmüştür. Lisans mezunu olan katılımcıların oranı ise %9'dur. Katılımcıların çok büyük bir kısmı (%81,6) işletme sahibi ya da işletme yetkilisidir (%11). Çalışmaya katılan esnafların %26,2'si kuruluş sermayelerinin bugünün parasıyla yaklaşık 50.000 TL ve üzeri olduğunu belirtmiştir. Deri, giyim ve ayakkabı sektörü içerisinde yer alan ve çalışmaya katılan esnaflar 16 farklı meslekten gelmektedirler. Esnafların mesleklere göre dağılımına bakıldığında en çok faaliyet gösterilen ilk üç meslek içerisinde konfeksiyon imal ve satıcılığı, tuhafiyecilik ve terzilik yer almaktadır. Çalışmaya katılan 1100 esnaftan 238'i konfeksiyon imalatçısı/satıcısı (%21,6), 223'ü tuhafiyeci (%20,3), 193'ü terzi (%17,5) ve 140'ı da ayakkabı imalatçısı/satıcısı (12,8) olarak dağılım göstermiştir. Kalan esnaf içerisinde mesleklere göre dağılım sırasıyla;

- 48 perde ve mefruşat imalatçısı/satıcısı,
- 42 çeyizlik eşya imalatçısı/satıcısı,
- 35 halı, kilim dokumacısı, satıcısı ve tamircisi,
- 30 cüzdan, çanta, kemer vb. imalatçısı/satıcısı,
- 24 tekstil malzemeleri imalatçısı/satıcısı,
- 22 ayakkabı boyacısı/tamircisi,
- 22 dokumacı,

- 20 yorgancı, hallaç,
- 20 işlemeci, nakışçı,
- 20 örgücü, trikotajcı,
- 16 gelinlik ve gelinlik aksesuarları imalatçısı/satıcısı,
- 7 deri giyim imalatçısı, satıcısı, tamircisi,

şeklinde ortaya çıkmıştır.

13.1.1. İstihdam

İstihdam ile ilgili bilgilere bakıldığında, ilgili sektördeki esnafın küçük ölçekte olduğu ve ağırlıklı olarak yanlarında ya kimsenin çalışmadığı ya da en fazla 1-2 kişinin çalıştığı görülmektedir. Bu çalışanların da büyük kısmının satış alanında olduğu gerçeği düşünüldüğünde, ilgili sektördeki esnafın usta, kalfa ve çırağa yönelik öncelikli bir ihtiyaçlarının olduğu söylenebilir. Bu noktada, esnafın sektörde güç kazanması ve büyüebilmesi için yanlarında çalışacak nitelikli eleman sayılarının artması gerekmektedir. Oysaki, esnafın işletmelerinin faaliyetlerinin ileriki yıllarda aynı seviyede devam edebilmesi için ek çalışana ihtiyaç duymadıklarını belirtmeleri, bu noktadaki planlarını uzun vadede değil; kısa vadede yaptıklarını göstermektedir. Aslında bu tablonun ortaya çıkışındaki en önemli neden, esnafın sigorta primlerini yüksek bulması ve yanlarında eleman çalıştırma konusunda maddi zorluklar yaşamasıdır. Bu durum nedeniyle, nitelikli elemanların kendilerine olan artı getirilerinden ziyade, bu kişilerin maliyetlerine odaklanmaktadır. Bu noktada sigorta primleri düşürülerek (veya primleri devlet tarafından karşılanarak), esnafın yanında çalıştıracağı elemanların sayısı artırılabilir.

Uzun vadede, sektörde kalıcı olabilmek, gelişerek büyüebilmek için hâlihazırda sahip olunmayan nitelikli elemanlara ihtiyaç duyulacağı bir gerçektir; ancak nitelikli eleman temini önemli bir sorun olarak ortaya konulmaktadır. Bu bağlamda, esnafın ihtiyaç duyacağı elemanları işe alırken, bu kişilerin iyi bir eğitim almış olmaları, yetenek ve hevesleri ile güvenilir olmaları en önemli etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitelikli eleman temini için gençlerin erken yaşlarda yetenekleri doğrultusunda ilgili mesleklere yönlendirilmeleri konusunda eğitim sisteminde değişikliğe gidilebilir. Benzer bir şekilde, okullarda staj ve uygulama eğitimlerinin daha çok verilmesi sağlanabilir.

Nitelikli eleman temini ile paralel bir sorun olarak, çıraklık ve kalfalık sürelerinin uzun oluşu ile mesleki eğitim sisteminin yetersizliği de sektördeki esnaflar için ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Bu noktada da Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü bünyesinde ilgili çalışmalar ve gerekli düzenlemeler esnafların ihtiyaçları doğrultusunda yapılabilir.

İstihdam ile ilgili esnafın önemli gördüğü bir diğer sorun da kayıt dışı istihdam olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada bir önlem olarak, ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından gerekli denetimler ve cezalar artırılabilir.

13.1.2. İşe Başlangıç Süreçleri

İşe başlangıç süreçleri ile ilgili toplanan bilgilere bakıldığında, ilgili sektördeki mesleklerin hâlen ülkemizde geleneksel olarak aileler tarafından sürdürülegelen meslekler olduğu görülmektedir. Sektördeki esnafın meslek tercihinin en önemli sebebi aile mesleği oluşudur. Esnafın yeteneklerinin mesleklerine uygun oluşu ile yakın çevreleri tarafından yönlendirilmeleri de meslek tercihlerinde önemli etkenler olarak ortaya çıkmıştır. İlgili sektördeki esnafın çoğunluğu işletmelerini sıfırdan kurmuş olmalarına rağmen neredeyse tamamı işe başlangıç sürecinde ihtiyaç duydukları sermaye için herhangi bir kredi ya da destek kullanmamıştır. Kullananlar da ya Kredi ve Kefalet Kooperatifleri aracılığıyla Halkbank'tan ya da özel bankalardan bu sermaye ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Bu noktada, sermaye ihtiyacında olan esnafın özellikle Kredi ve Kefalet Kooperatifleri aracılığıyla Halkbank'a yönelmeleri önemli olabilmektedir.

İlgili sektördeki esnafın işletmelerini kurarken herhangi bir hazırlık yapmadıkları, yapanların ise daha çok yakınlarına danıştıkları bir diğer tespit olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada esnafın sektörde başarıyı yakalayabilmeleri ve daha verimli bir işletmeye sahip olabilmeleri adına girişimcilik eğitimi almaları, profesyonel danışmanlık hizmeti almaları, iş planı hazırlamaları ya da meslek kuruluşlarına danışmaları önerilebilir.

İş yeri açılırken ilgili sektördeki esnafın en önemli gördüğü husus işletmenin konumudur. Ürün/hizmete olan talep, ürün/hizmet kalitesi, sabit işletme giderleri, rekabet koşulları, kuruluş maliyetleri, müşteri profili, nitelikli iş gücünün bulunması, reklam/tanıtım, teknolojik düzey ve yenilikçilik de yine iş yeri açarken önemli görülen hususlardır. Bu önemli hususların dışında, esnafın işe başlangıç süreçleriyle ilgili sorun olarak gördükleri konuların başında işletme açılış işlemlerinin maliyeti gelmektedir. Bu noktada, esnafın sorununun giderilmesi yönünde farklı kurum ve kuruluşlara (belediye, maliye, odalar gibi) ödenen bedeller düşürülebilir. Sabit gider kalemleri, belediyelerin iş yeri açma ruhsatı uygulamaları, işletme açılış işlemlerinin süresi ile ustalık belgesi talep edilmesi de ilgili sektörde esnafın işe başlangıç süreçlerine dair olarak önemli gördükleri sorunlar arasında karşımıza çıkmaktadır.

13.1.3. Üretim

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki mesleklerde çalışan esnafın üretim yapmadıkları, çok büyük oranda hizmet sektöründe oldukları ve perakende satış yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Üretim yapan çok düşük bir kesim ise, üretimde kullandıkları ham maddeyi ağırlıklı olarak toptancıdan temin etmektedir. Yurt dışından ithal edilen ham madde veya ara ürünlerin artması üretim yapan esnafı ham madde temini konusunda ne olumlu ne olumsuz etkilemektedir.

Üretim ile ilgili ilginç bir bulgu olarak, üretim yapan esnafın işletmelerinin üretim kapasitesinin ortalama %65'ini aktif olarak kullanmaları söylenebilir. Bu noktada bu üretim kapasitesinin nasıl artırılacağına ilişkin önerilerin ve esnafın yönlendirilmelerinin faydalı olacağı bir gerçektir.

13.1.4. Pazarlama ve Rekabet

Rekabet başlığı altında ortaya çıkan çarpıcı bir vurgu, sektördeki esnafların en fazla yine diğer esnaflarla rekabet ettiği gerçeğidir. AVM'ler, süpermarketler ile büyük firmalar ve zincir mağazalarla rekabet ise daha sonra gelmektedir. Rekabetle ilişkili sektörlerle göre herhangi bir farklılık olmamasına rağmen, bölgelere göre farklılık oluşmuştur. Buna göre öne çıkan en önemli sonuç, Akdeniz Bölgesi'ndeki esnafların diğer bölgelerdeki esnaflara kıyasla oldukça yüksek oranlarda kayıt dışı çalışanlarla ve internet üzerinden satış yapan web siteleriyle rekabet ettikleri görülmüştür. Bu iki rekabet düzeyi Karadeniz Bölgesi'nde hiç bulunmamaktadır.

Sektörde faaliyette bulunan esnaflar arasında yurt dışından gelen ürünlerin satışlarını olumsuz yönde etkileyeceğini düşünenlerin sayısı, olumlu yönde etkileyeceğini düşünenlerden fazladır. Ancak ilginç bir şekilde, birçok esnaf da yurt dışından gelen ürünlerin, satışlarını ne olumlu ne olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmektedirler. Bu tabloda ortaya çıkan sonuç, aslında esnaflar arasında yurt dışından gelen malların etkisine yönelik ortak bir tutum ve yaklaşımın olmadığı gerçeğidir.

Esnafların ortak bir noktada buluşamadıkları bir diğer konu ise müşterilerinin alım gücü ve pazarlık etme eğilimlerinin geçmiş yıllara kıyasla nasıl değiştiğidir. Genel olarak sektördeki esnaflar müşterilerinin gerek alım gücünün gerekse pazarlık etme eğilimlerinin zaman içinde arttığını belirtse de; azaldığını düşünenler ile aynı kaldığını düşünenlerin sayısı da fazladır.

Çalışma kapsamındaki üç sektör içerisinde reklam ve tanıtım faaliyetlerini en fazla yürüten ev tekstili iken en az yürüten giyim sektörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde tanıtım ve reklam faaliyetlerinin etkisi ve önemi ortada iken, sektördeki esnafların bu faaliyetleri neredeyse hiç yürütmüyor olması önemli bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada, meslek kuruluşları tarafından esnafların bilinçlendirilmeleri ve gerekli desteğin kendilerine verilmesi önemli bir adım olacaktır.

Sektördeki esnafların hem diğer esnaflarla, hem de AVM'ler ve büyük mağazalarla rekabet ettikleri ortada iken, satışlarını artırmak için özel günler gibi belirli zamanlarda kampanya yapmamaları, bu konudaki rekabette geri kalabileceklerini göstermektedir.

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki katılımcıların son iki yıl içerisinde alanlarıyla ilgili fuarlara katılmadıkları ve kendi markalarını almak için patent başvurusu yapmadıkları görülmektedir. Rekabette kendilerini bir adım öne çıkarabilecek bu noktaların ilgili sektördeki esnaflar tarafından gerçekleştirilmiyor olması, önemli bir tespit olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada gerekli destek ve yönlendirmeler ile, esnafların gündemi takip ederek fuarlara katılımları ve aynı zamanda yaratıcı olarak markalaşma yolunda kendi patentlerini oluşturmaları sağlanabilir.

13.1.5. Finansman

İşe başlangıç süreçlerinde olduğu gibi, işletmeler açıldıktan sonra da kredi/destek kullanan esnafların sayısı son derece sınırlıdır. Bu sonuçlar neticesinde ilgili sektördeki esnafların gerek işe başlangıç süreçlerinde gerekse işletmeler açıldıktan sonra kredi/destek kullanmadıkları

söylenabilir. Aynı zamanda sektördeki esnaflar kamu kuruluşları tarafından verilen teşviklere de başvurmamışlardır. Bunun önemli sebebi de ihtiyaç duymamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak kendi içerisinde çelişkili bir durum olarak sektördeki bu esnaflar, kendilerine yönelik destek ve teşvikleri yeterli bulmamaktadırlar.

Kamu kuruluşları tarafından verilen teşvik ya da desteklere başvuramamanın diğer nedenleri arasında bilgi eksikliği, bürokratik süreçlerin karışıklığı ve uzunluğu ile başvuru ve kulanma şartlarının ağır olması gelmektedir. Bu noktada esnafların mevcut teşvik ve destekler hakkında belki meslek odaları aracılığıyla daha detaylı bilgilendirilmeleri sağlanabilir. Aynı şekilde, bu teşvik ve desteklere ilişkin bürokratik sürecin biraz daha kısalması, başvurunun daha kolaylaştırılması ile başvuru şartlarının yumuşatılması daha fazla sayıda esnafın teşvik ve desteklerden faydalanmasını sağlayacaktır.

13.1.6. Mevzuat, Meslek Örgütleri ve Kamu Kuruluşları ile İlişkiler

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren esnafların meslek örgütleri ile olan ilişkilerinin son derece zayıf olduğu görülmüştür. Esnaflar herhangi bir meslek kuruluşunda bu zamana kadar bir görev almadıkları gibi, bağlı bulundukları oda, birlik, federasyon ve Konfederasyon hakkında da yeteri kadar bilgi sahibi değillerdir. Şu an veya geçmişte bağlı bulundukları oda, birlik, federasyon ve Konfederasyonun yürüttükleri faaliyetlerin ve projelerin ne kadar faydalı olduğuna ilişkin esnafların ortak bir tutumu olmadığı söylenebilir.

Çalışma sonuçları incelendiğinde şu an veya geçmişte bağlı olunan meslek kuruluşlarının sektördeki esnaflara belgelendirme, danışmanlık ve tanıtım/reklam desteği hizmetlerini sunmaları yönünde bir ihtiyaç söz konusudur. Ancak sektördeki esnaflar şu an veya geçmişte bağlı oldukları meslek kuruluşundan hiçbir hizmet almamışlardır. Meslek kuruluşları ile ilgili hususlar arasından, esnafların kendileri için en önemli gördükleri sorun kayıt dışı çalışan (oda kaydı olmayan) esnaftır. Bu noktada ilgili meslek kuruluşları bu sorunun önüne geçmek için denetimlerini artırabilir.

Katılımcıların, meslek örgütleri ile olduğu gibi benzer bir şekilde ilgili kamu kuruluşları ile olan ilişkilerinin de son derece zayıf olduğu görülmüştür. Esnaflar ilgili kamu kuruluşları tarafından meslekleriyle ilgili yürütülen faaliyetler, eylem planları ve projeler hakkında bilgi sahibi değillerdir. Bu noktada ortaya çıkan ihtiyaç oldukça açıktır. Özellikle meslek kuruluşları, ilgili kamu kuruluşları tarafından yürütülen faaliyetler, eylem planları ve projeler hakkında esnafları daha fazla bilgilendirebilirler.

Mevzuatın uygulanması ile ilgili denetimler, mevzuatın sadelik ve anlaşılabilirlik seviyesi, mevzuatın uygulanmasındaki standart ve mevzuat hazırlanırken esnafın görüşünün alınmaması, sektördeki esnafların mevzuat ile ilgili sorun yaşadıkları alanlar olarak değerlendirilmektedir.

Devletin esnafa ne kadar destek olduğuna ilişkin, ilgili sektördeki esnaflar arasında ortak bir tutum ve yaklaşım olmadığı görülmektedir. Devletin kendilerine hiç destek olmadıklarını düşünenler olduğu gibi gerektiği kadar destek olduğunu düşünenler de mevcuttur.

13.1.7. Mesleğin Cazibe ve Sakıncaları

Sektördeki esnafların mesleklerinden elde ettikleri gelirin tüm yaşam ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli olup olmadığı yönünde birbirlerinden ayrıştıkları söylenebilir. Kimisine bu gelir yeterli gelirken kimisi için hiç yeterli gelmeyebilmektedir. Benzer şekilde, geçmiş yıllarla kıyaslandığında ticari faaliyetlerinin kötüye gittiğini düşünenler de iyiye gittiğini düşünenler de vardır. Genel olarak bakıldığında, sektördeki esnafların mesleklerini yapmaktan dolayı mutlu oldukları karşımıza çıkmaktadır. Meslekten memnun olma durumu bölgelere göre farklılık göstermiştir. İç Anadolu ve Ege bölgelerindeki esnafların diğer bölgelerdeki esnaflara oranla mesleklerini yapmaktan daha mutlu oldukları görülmüştür. Özellikle Karadeniz Bölgesi'ndeki esnafların diğer bölgelerdeki esnaflara oranla daha mutsuz oldukları ortaya çıkmıştır. Meslekten memnun olma durumu sektörler göre de farklılık göstermiştir. Buna göre, en mutlu esnafın giyim sektöründe, en mutsuz esnafın da ayakkabı sektöründe olduğu söylenebilir. Ayrıca ilginç bir bulgu şudur ki; şartları uygun olan bir gencin esnaf olmaması gerektiği düşünülmektedir. Bunun en önemli nedenleri ise sektördeki mesleklerin düşük kazançlı ve zor olması; ayrıca pazarının daralmasıdır. Nitelikli eleman yetişmemesi, AVM, süpermarket ve yapı marketlerin artması ile kayıt dışılık, sektördeki mesleklerin karşı karşıya kaldığı en önemli tehlikeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

13.1.8. Teknoloji ve Yenilik Düzeyi

Sektördeki esnafların teknoloji ve yenilik düzeyi farklılık göstermektedir. Genel bir bulgu olarak meslekleriyle ilgili yeni teknolojileri yakından takip ettikleri söylenemeyeceği gibi takip etmediklerini de belirtmek güçtür. Bu durum sektördeki esnafların geldikleri mesleklere göre değişebilmektedir. Yine benzer şekilde meslekleriyle ilgili faaliyetlerinde (alım, satım, model bulma, vb) interneti kullanma durumu da farklılık göstermektedir. Genel olarak sektördeki esnaflar mesleklerinin gelecekleri açısından teknolojik değişimlerin etkilerini olumlu ya da olumsuz bulmamaktadırlar. Bu konunun sektördeki esnaflar için öncelikli bir yer tutmadığı anlaşılmaktadır. Meslekle ilgili yeni teknolojilerin takibi yaşa göre farklılık göstermiştir. Beklenildiği üzere, esnafın yaşı ilerledikçe yeni teknolojileri takip etme durumu azalmaktadır. Mesleklerle ilgili faaliyetlerde (alım, satım, model bulma, vb.) internetin ne sıklıkla kullanıldığı da yaşa göre değişmektedir. Yaşı ileri olan esnafın daha az oranda bu faaliyetler için interneti tercih ettiği görülmüştür. Benzer şekilde, esnafın yaşı arttıkça teknolojik gelişmelerinin etkisinin olumsuz yönde değerlendirilmesi de artmaktadır.

13.2. Müşterilere Yönelik Anket Çalışması Sonuçları

Türkiye genelinde deri, giyim ve ayakkabı sektörünün müşterisi olan 1000 kişi ile yüz yüze yapılan anket uygulamaları neticesinde rekabet analizi, mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentiler ile esnafların karşı karşıya oldukları sorunlar hakkında bilgiler alınmıştır. Anket çalışması, Adana, Ağrı, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Erzurum, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kastamonu, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Samsun, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa, Van, Zonguldak ve Kırıkkale olmak üzere toplam 26 ilden 1000 müşteri ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya katılanlar 18-73 yaş aralığındadır. Ortalama yaş ise 32'dir. Katılımcıların büyük çoğunluğu giyim (%88,3) ve

ayakkabı (%83,2) kategorilerindeki alışverişlere kendilerinin karar verdiğini belirtmiştir. Ev tekstili kategorisinde ise alışverişini kendi yapanların oranı %51,7'dir; “ben ve başkaları ortak karar verimiz” seçeneği ise %36,5'lik bir oran almıştır. Katılımcıların tamamı giyim, ayakkabı veya ev tekstili alışverişlerini daha önce esnaftan yapmıştır. Çalışmaya katılan müşterilerin %53,5'i kadın, %46,5'i erkek olarak dağılım göstermiştir. Katılımcıların %50,3'ü evli, %43,8'i bekârdır. Katılımcıların çoğunluğunun lise mezunu olduğu görülmüştür (%47,8). Lisans mezunu katılımcıların oranı %14,6 iken, ilkokul ve ortaokul mezunlarının oranları sırasıyla %11,5 ve %14,6 şeklindedir. Katılımcıların mesleklerine bakıldığında zengin bir dağılım olduğu görülmekle birlikte işçi/hizmetli-düzenli işi olan katılımcıların oranı en yüksek durumdadır (%32,4). Bir diğer yüksek kategoriye de öğrenciler (%16,8) oluşturmaktadır. Katılımcıların hanelerinin aylık ortalama geliri yaklaşık 2.400 TL'dir.

13.2.1. Müşteri Tercihleri

Müşterilerin sektördeki alışveriş tercihlerine bakıldığında AVM'lerin ciddi bir oranda öncelikli olarak tercih edildiğini görmekteyiz. Gençlerin yaşlılara kıyasla çok büyük oranda AVM'yi tercih ettiği, 50 ve üzeri yaştaki müşterilerin ise ağırlıklı olarak esnafı tercih ettiği önemli bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyete göre müşteri tercihlerine bakıldığında, kadınların erkeklere oranla alışverişlerinde daha çok AVM'yi, daha az esnafı tercih etmektedirler. Müşteri tercihlerinin bölgeler düzeyinde farklılıklarına bakıldığında Karadeniz Bölgesi'nde diğer bölgelere oranla AVM'lerin çok fazla tercih edildiği görülmüştür. Diğer bölgelere oranla gerek giyim gerek ayakkabı alışverişinde esnafı daha fazla tercih eden müşteriler ise Akdeniz Bölgesi'ndedir. Ancak Akdeniz Bölgesi'ndeki müşteriler yalnızca ev tekstili alışverişlerinde, diğer bölgelere oranla en fazla AVM'leri tercih etmektedirler.

Sektördeki alışverişlerde AVM'lerin ciddi bir oranda öncelikli olarak tercih edilmesinin en önemli sebebinin, AVM'lerdeki ürünlerin kalitesi ve bu ürünlerin çeşitliliği olduğu görülmektedir. Bu noktada sektördeki esnafların üzerinde durması gereken en önemli nokta, işletmelerindeki ürünlerin kalitesini ve çeşitliliğini artırmaktır. Ucuzluk, müşteriye güven verme, müşteriye gösterilen ilgi ve pazarlık yapabilme olanağı ise sektördeki esnafların AVM'lerle olan rekabette öne çıktıkları alanlar olarak görülmektedir. Bu noktada, sektördeki esnafların bu olumlu durumları rekabette avantaja çevirebilmenin yollarını aramaları gerekmektedir. Esnaflar günümüzde hâlen, müşteriler tarafından güven duyulan ve yakın ilişkilerin kurulabildiği kişiler olarak algılanmaktadır.

İnternet ve pazarlar, sektördeki müşterilerin tercihleri düşünüldüğünde esnaflar açısından rekabette bir unsur olarak karşımıza çıkmamaktadır. Esnafın müşteri tercihlerinde yalnızca AVM'lere yenik düştüğü açıktır. AVM'lerin çok farklı faktörde avantajlı konumda bulunduğu görülmektedir. Bunlar arasında, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği, park yeri kolaylığı, konfor, tüketici haklarına saygı, rahatsız edilmeden ürün seçebilme olanağı, tercihlere uygun özel ürün bulabilme, ödeme seçenekleri, ürünü deneyerek alabilme olanağı, kişisel ilişkiler/sosyallik, hijyen/temizlik/sağlık, güvenlik, markalaşma, indirim/promosyon gibi uygulamalar yer almaktadır. Bu belirtilen alanların çok büyük kısmı için esnafların da AVM'lerle benzer olanakları sunabilmelerinin önündeki -özellikle altyapı- eksiklikleri belediyeyle iş birliği içerisinde kaldırılabilir.

Sektörün alt mesleklerine baktığımızda aslında esnafın yalnızca sınırlı sayıda ürün ve hizmette AVM'lerle rekabet açısından geride kaldığı görülmektedir; ancak bu ürün ve hizmetlerin çok daha yaygın tüketilen ve daha yüksek fiyatlı oldukları düşünüldüğünde konu, önemini aynı şekilde devam ettirmektedir. AVM'lerin rekabet açısından esnaftan önde oldukları bu sınırlı alanlar ayakkabı, deri cüzdan/kemer, çanta ve giyimdir. Bunun dışında kalan sektördeki diğer tüm ürün ve hizmetlerde (ayakkabı tamiri/boyası, mefruşat, tuhafiyе, perde, halı-kilim, cüzdan-çanta-kemer, yorgan, örgü-nakış-işleme, çeyizlik tekstil ürünleri, gelinlik ve gelinlik aksesuarları) müşteriler öncelikli olarak esnaftan alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. Bunun en temel sebebi de ucuzluk, müşteriye güven verme, müşteriye gösterilen ilgi ve pazarlık yapabilme olanağıdır.

Esnaflar, AVM'lere kıyasla dezavantajlı görüldükleri ayakkabı ve giyim gibi alanlarda tercihlere özel ürün bulundurabilir, iş yerinin fiziksel şartlarını iyileştirebilir ve orijinal/maraka ürün temini sağlayabilirlerse, bu alanda müşterilerin en az memnun kaldıkları noktaları ortadan kaldırarak rekabet açısından önemli bir ilerleme kaydedebilirler.

13.2.2. Müşteri Değerlendirmeleri

Müşteriler sektördeki esnafların durumunu ekonomik açıdan genel olarak iyi değerlendirmekle birlikte, yaşları küçük olan müşteriler sektördeki esnaf ve sanatkârların ekonomik durumlarını daha iyi bulmaktadırlar. Akdeniz Bölgesi'ndeki müşteriler sektördeki esnafın durumunu diğer bölgelerdeki müşterilere kıyasla daha kötü bulmaktadırlar. Müşterilere göre esnafları ekonomik açıdan olumsuz etkileyen en önemli neden AVM'lerin yaygınlaşmasıdır. Sektördeki müşterilerin bu durumun bilincinde olmaları, bir noktada fırsat olarak değerlendirilip esnafların lehine kullanılabilir. Aynı şekilde, müşteriler için esnafın saygınlık, tanınırlık/bilinirlik, güven anlamlarına gelmesi ve ülke ekonomisi için gerekli görülmeleri oldukça önemlidir. Esnaflar bu noktada alışverişlerin öncelikli olarak kendilerinden yapılması yönünde yönlendirmeler yapıp, ilgili reklamlar, afişler vb. materyaller hazırlayabilirler. Meslek kuruluşlarının bu faaliyetleri yürütmesinde öncülük etmeleri gereklidir.

Sektörün genelindeki esnafların ekonomik açıdan daha iyi konuma gelebilmelerinin yolu büyümeleri ve ürün/hizmet çeşitliliğini artırmaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Sektördeki esnaf ve sanatkârların ekonomik açıdan daha iyi bir konuma gelebilmeleri için atmaları gereken en önemli adım, genç müşterilere göre teknolojik gelişmeleri takip etmek iken; 50 ve üzeri yaştaki müşterilere göre esnafın büyümeleri ve tüketici haklarına saygı göstermeleri en önemli adımlardır. Bu noktada politika yapıcıların da, esnafların potansiyellerini artırabilmeleri yolunda gerekli önlemleri, teşvik ve destekleri sağlamaları önemli olacaktır. Bunların başında AVM'ler ve büyük firmalar ile rekabette gerekli yasal düzenlemelerin yapılması, yatırım teşviklerinin sağlanması, iş yeri maliyetlerinin ve vergilerin azaltılması, gerekli altyapı hizmetlerinin sağlanması gelebilmektedir.



Bölüm 14

Sektördeki Esnaf ve Sanatkârın Karşılaştığı
Sorunlar ve Çözüm Önerileri



14.1. Rekabet ile İlgili Sorunlar

Sorun 1 AVM'lerin ve süpermarketlerin yaygınlaşmasının esnafa verdiği zararlar
Açıklama AVM'lerin hızla yaygınlaşması esnaf açısından kanayan bir yaradır. Şu an Türkiye'de hemen hemen her ilde hatta bazı ilçelerde bile AVM bulunmaktadır. Bir AVM yaklaşık 400 bin metrekare alan işgal etmektedir. Kanun'da esnaf için bir ayrıcalık tanınmış olsa da AVM'lerde neredeyse hiç esnaf ve sanatkâr bulunmamaktadır. Esnafın dükkânını akşam 9'da kapatması gerekirken, AVM'ler açık kalmaktadır. Bu durum rekabet gücü zaten düşük olan esnafın durumunu daha da zorlaştırmaktadır. Genellikle büyük şirketlerin, güçlü markaların ve ithal ürünlerin AVM'lerde kendine yer bulması, bu şirketleri rekabette esnafın önüne geçirmekte ve esnafın satışları ciddi ölçüde düşmektedir. AVM'lerin yaygınlaşmasının yanı sıra büyük süpermarket zincirleri, yapı-marketler, vb. birtakım işletmelerde, her türlü giyim, tekstil, deri ve ayakkabı ürününün satıldığı görülmektedir. Bu işletmeler genelde sürümden kazandıkları için çok miktarda ürün satın almakta ve ucuza satarak piyasadaki alım-satım dengelerini bozmaktadır.
İlgili Mevzuat 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (Madde 11, 13) 26.02.2016 tarihli Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik
İlgili Kurumlar Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (İç Ticaret Genel Müdürlüğü)
İlgili Kurumların Açıklamaları Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü Türkiye'de proje aşamasındakiler hariç 300'ün üzerinde AVM bulunmaktadır. AVM'lerin yoğunlukla bulunduğu şehirler İstanbul, Ankara ve İzmir'dir. 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, 29.01.2015 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu Kanun kapsamında yönetmelik çalışmaları devam etmektedir. Bu yönetmeliklerden biri olan Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik 26.02.2016 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. İlke ve Kurallar Yönetmeliği ile Perakendeciler Konseyi Yönetmeliği ise henüz taslak hâlinindedir.¹⁵⁷ AVM Yönetmeliği'nde AVM'lerin şehir dışında kurulması ile ilgili doğrudan bir madde olmamakla birlikte Bakanlar Kurulu yetkili kılınmıştır. AVM'lerin çalışma gün ve saatleri şu an taslak hâlinde olan İlke ve Kurallar Yönetmeliği'nde düzenlenecektir. Çalışma saatlerinin düzenlenmesinde meslek kuruluşlarının tetikleyici bir rol oynaması ve aktif olması gerekmektedir. 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 14. maddesi tedarik ve dağıtım kooperatifleri ile ilgilidir. Bu madde, esnafın bir araya gelerek alım gücünü fiyatlara yansıtabilmesine ve birlikte hareket edebilmesine yönelik teşvik edici bir maddedir. Maliye Bakanlığı Temsilcisinin Görüşü AVM'ler kadar süpermarketler de esnafın rekabet gücünü zayıflatmaktadır. Süpermarketler ayakkabı ya da tekstili çok ucuza satmakta, bununla müşteriye çekmekte, böylelikle markete gelenler diğer ürünlerden de aldıkları için kazanç sağlamaktadır. Artık sokaklara bile açılan süpermarketler esnafın ayakta kalmasını zorlaştırmaktadır.

¹⁵⁷ Perakendeciler Konseyi Yönetmeliği 19.07.2016 tarih ve 29775 sayılı Resmî Gazete'de, Perakende Ticarete Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelik ise 06.08.2016 tarih ve 29793 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Çözüm Önerileri

1) 26.02.2016 tarihli Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik'in 5. maddesinde alışveriş merkezinin projelendirilmesi ve ruhsatlandırılmasını düzenlemektedir. Bu maddede "Üst meslek kuruluşları, talep yazısının kendilerine ulaştığı tarihten itibaren on beş iş günü içinde görüşlerini yazılı olarak gönderir. Bu görüşler tavsiye niteliğindedir. Görüş yazılarında; yapı ruhsatını vermeye yetkili idarenin sınırları içindeki alışveriş merkezi sayısı, bunların birbirine ve yerleşim yerlerine olan mesafesi, ulaşım imkânları, alışveriş merkezinin çevreye, altyapıya ve trafiğe getireceği yükler ile yaratacağı can ve mal güvenliği riski gibi ekonomik, sosyal, çevresel ve demografik unsurlara yer verilir. Süresi içinde görüş verilmemesi hâlinde görüşün olumlu olduğu kabul edilir." hükmü yer almaktadır. AVM'lerin kurulması kararının üst meslek kuruluşları (esnaf ve sanatkâr odaları ve ticaret odaları vb), ilgili belediye, kamu kurumları ve tüketici temsilcilerinin bulunduğu bir Komisyon'da tartışılması; projelendirme ve ruhsatlandırma yetkisi belediyelerde olmakla birlikte, bu yapılan istişarenin dikkate alınması gerekmektedir.

2) 6585 sayılı Kanun'un 13. maddesinde "Mesleğe, mevsime ve turizme özgü şartlar ve benzeri hususlar gözetilerek perakende işletmelerin bir kısmının veya tamamının çalışma saatleri, meslek kuruluşlarının müşterek teklifi üzerine yetkili idarenin görüşü alınmak suretiyle vali tarafından belirlenebilir. Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin çalışma saatlerinin belirlenmesinde, meslek kuruluşunca ilgili esnaf ve sanatkâr odasının görüşü alınır." hükmü yer almaktadır. Bu hükme dayanarak, AVM'lerin çalışma gün ve saatlerinde kısıtlamaya gidilmesi, AVM'lerin haftanın bir günü çalışmaması veya akşam kapanış saatlerinin erkene çekilmesi bir alternatif olarak sunulmaktadır. Bunun için esnafın, yetkili idare ve mülki idare üzerinde güçlü lobi çalışmaları yapması gerekmektedir.

3) 6585 sayılı Perakende Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 11. maddesinde yer alan sosyal/kültürel etkinlik alanları, acil tıbbi müdahale ünitesi, bebek bakım odası, vb. zorunlulukların olduğu ayrıca güvenlik, temizlik, sosyal alanlar, otopark, vb. hizmetlerinin bulunduğu "esnaf çarşıları" kurulmalı, böylelikle müşterilerin AVM'leri tercih etmesinde etkili olan hizmetlerin esnaf çarşılarında da bulunması sağlanmalıdır. Bunun için esnafın, toplu iş yeri kooperatifi çatısı altında bir araya gelmesi gerekmektedir.

4) 6585 sayılı Kanun'un 14. maddesinde "esnaf ve sanatkâr işletmelerince satışa sunulan malların etkin bir şekilde piyasadan temini amacıyla esnaf ve sanatkârların üyesi olduğu tedarik ve dağıtım kooperatifleri kurulabilir. Bu kooperatiflerin kuruluşu ve ana sözleşme değişikliği Bakanlık iznine tabidir." hükmü yer almaktadır. Maddede belirtilen dağıtım ve tedarik kooperatifleri kurularak esnaf ve sanatkâr tarafından sunulan malların etkin bir şekilde piyasadan temini gerçekleştirilmelidir. Bu nedenle, kooperatif kurmalarının esnaf ve sanatkâra sağlayacağı avantaj ve faydalar ile kooperatiflere sunulan teşvik ve destekler hakkında esnaf ve sanatkâr bilgilendirilmeli ve ilgili bakanlık kooperatifleşme hakkında danışmanlık hizmeti vermelidir. Böylelikle ortak dağıtım ve tedarik kooperatiflerinin sağlayacağı avantajlarla esnaf ve sanatkâr da fiyat rekabeti yapabilecektir.

Sorun 2**AVM'lerde kiralara yüksek olması sebebiyle esnafın yer kiralayamaması****Açıklama**

6585 sayılı Perakende Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 12. maddesi ve 26.02.2016 tarihli Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik'in 12. maddesi her AVM'nin toplam satış alanının en az yüzde beşlik bir kısmının esnaf ve sanatkâr işletmelerine kiraya verilmesini hükme bağlamıştır.

Ne var ki Kanun, kiralama işleminin "rayiç bedel" üzerinden yapılmasını hükme bağlamış; duyuru tarihinden itibaren yirmi gün içinde yeterli talep olmaması durumunda bu yerlerin başkalarına kiralanabilmesine olanak tanımıştır. Bu şartlarda AVM'lerin kira bedelleri esnaf ve sanatkâr için çok yüksek olmakta ve esnafın AVM'lerde kendine yer bulamaması sorunu devam etmektedir.

İlgili Mevzuat

6585 sayılı Perakende Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (Madde 12)
26.02.2016 tarihli Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik (Madde 12)

İlgili Kurumlar

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (İç Ticaret Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü:**

Kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere sağlanan indirimin diğer esnaf ve sanatkârlara da uygulanması için 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da değişiklik gerekmektedir.

Çözüm Önerileri

6585 sayılı Kanun, esnaf ve sanatkârın AVM'lerde yer bulmasını amaçlamıştır; lakin uygulamada, kiraların rayiç bedel üzerinden belirlenmesi Kanun'un amacına uygun sonuç vermesine engel olmaktadır. Kanun'un amacına ulaşması için mevzuat değişikliği yapılarak;

1. Esnaf ve sanatkâra ayrılan yerlerin rayiç bedelin ¼ üzerinden kiralanması
2. Esnaftan talep toplanma süresinin duyuru tarihinden itibaren 60 güne çıkarılması sağlanmalıdır.

Sorun 3**Sürekli ve düzensiz indirimlerin haksız rekabete yol açması****Açıklama**

Esnaf ve sanatkârın rekabet içinde bulunduğu büyük firmaların ve AVM'lerin sık ve düzensiz bir şekilde indirim kampanyaları düzenlemeleri, zaten bu konuda dezavantajlı konumda bulunan esnafı daha da dezavantajlı duruma sokmaktadır. Konuyla ilgili 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile 28.06.2014 tarihli Fiyat Etiket Yönetmeliği'nde düzenleme bulunmasına karşın bu önlemler yetersiz kalmaktadır. Bazı ülkelerde, sektörlerle göre hangi dönemlerde ve hangi ölçüler içinde indirim yapılabileceğinin bir düzene bağlandığı görülmektedir.

İlgili Mevzuat

- 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (Madde 9, 10)
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (Madde 77)
- 26.02.2016 Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik (Madde 18)
- 28.06.2014 tarihli Fiyat Etiket Yönetmeliği (Madde 11)

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (İç Ticaret Genel Müdürlüğü)
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

İndirimler, 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da ve 28.06.2014 tarihli Fiyat Etiket Yönetmeliği'nde düzenlenmektedir. Kanun'a göre indirimler, iş yeri açılışı, devri, kapanışı, adres veya faaliyet konusu değişikliğinde üç ayı, tasfiye durumunda ise altı ayı geçememekte, işletmeler başlangıç ve bitiş süresi belli olmayan indirimler yapamamaktadır. Ayrıca henüz taslak olan İlkeler ve Kurallar Yönetmeliği de bu konularda hükümler içermektedir. Yaptırımlar ise 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 77. maddesinde düzenlenmiştir. Mevzuatı ihlal edenlere yüklü miktarlarda para cezası getirilmektedir.

Çözüm Önerileri

1) 6585 sayılı Kanun'un 10. maddesi indirimlerin hangi durumlarda olacağı ve süresi ile ilgili bazı düzenlemeler içerirse de madde hükmünde, net olarak, mevsim geçişlerinde yapılacak indirimlerin başlangıç ve bitişleri belirlenmeli ve ilgili mevzuata eklenmelidir.

2) 6585 sayılı Kanun'un 17. maddesi gereğince indirimler Bakanlık tarafından sıkı bir şekilde kontrol edilmelidir. Örneğin %50 indirim yazıyorsa, gerçekten %50 indirim yapıp yapmadığı, satış faturaları üzerinden önceki fiyatla karşılaştırılarak denetlenmelidir.

3) 6585 sayılı Kanun'un 17. maddesinde yer alan "denetimlerle ilgili usul ve esasların yönetmelik ile belirleneceği" hükmü gereğince, ilgili yönetmelik ivedilikle hazırlanmalı ve uygulamaya geçmelidir.

4) Yılın belli dönemleri, tarihler belirtilmek suretiyle, mevzuatta açıklanmamıştır. Sektörlere göre, sektörlerin kendilerine özel koşulları ve özellikleri göz önüne alınarak indirim tarihleri net olarak belirlenmelidir.

Sorun 4

Uzak Doğu'dan ithal edilen ucuz, kalitesiz, taklit ve güvensiz ürünlerin kontrol altına alınamaması

Açıklama

Uzak Doğu'dan ithal edilen kalitesiz, taklit ve güvensiz (ozon, kanserojen vb. içeren) ürünler ucuz olduğu için tüketiciler tarafından tercih edilmekte; bu durum yerli üretimin rekabet gücünü zayıflatmaktadır. Ayrıca ayakkabı ve çantaların içerdiği kanserojen maddeden dolayı ham maddeyi satanlar yerine imalatçının sorumlu tutulması, ayakkabı üreticilerini zor duruma sokmuştur. Ayakkabı imalatçısı, bir anlamda ham maddeleri toplayarak bunları birleştiren montajcıdır.

İlgili Mevzuat

- 4458 sayılı Gümrük Kanunu
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (Madde 81)
- 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun (Madde 5, 10)
- 7.10.2009 tarihli Gümrük Yönetmeliği (Madde 181)
- 29.12.2011 tarihli Dış Ticarete Risk Esaslı Kontrol Sistemi Tebliği

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü)
- Ekonomi Bakanlığı (Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü
Bu konu daha çok Ekonomi Bakanlığı ile ilgili olmakla beraber 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına dair Kanun'da üretici "Bir ürünü üreten, imal eden, işlah eden veya ürüne adını, ticari markasını veya ayırt edici işaretini koymak suretiyle kendini üretici olarak tanıtan gerçek veya tüzel kişi; üreticinin Türkiye dışında olması hâlinde, üretici tarafından yetkilendirilen temsilciyi ve/veya ithalatçıyı; ayrıca, ürünün tedarik zincirinde yer alan ve faaliyetleri ürünün güvenliğine ilişkin özelliklerini etkileyen gerçek veya tüzel kişi" olarak tanımlanmıştır. Bu tanım, ürüne marka ve model basan kişiyi otomatik olarak sorumlu tutmaktadır. Bir ürün tüketicieye nasıl ulaşıyorsa, ürünü piyasaya süren üretici (marka ve modeli basan) güvensiz ürünleri geri çağırarak da mükelleftir. Ürün üretildikten sonra, ürünün nerelere dağıldığını en iyi bilen kişi üreticidir. Ürünü piyasaya arz eden kişilere ayrıca cezai işlem de uygulanmaktadır.

Denetimlerde, faturalar ya da marka ve model yoluyla üretici bulunmaya çalışılmaktadır. Bu süreçte bazı sıkıntılar da yaşanmaktadır. 4703 sayılı Kanun'un 5. maddesinde "üreticinin tespit edilemediği durumlarda, yetkili kuruluşça belirlenecek süre içinde üreticinin veya malı tedarik ettiği kişinin kimliğini bildirmeyen dağıtıcı, üretici olarak kabul edilir" hükmü yer almakta; ürünü piyasa arz eden kişinin marka ve modelin de sahibi olduğu kabul edilmektedir. Üretici ürünü piyasaya sürerken genel tabirler kullanmakta; örneğin "oyuncak" ve "ayakkabı" yazıp ne tür bir oyuncak ya da ayakkabı olduğunu belirtmemektedir.

Kanserojen maddelerle ilgili tüm kamu kurumları ilgili AB Direktifini esas alarak uygulama yapmaktadır. Güvensiz ürünleri önlemek için idare, 4703 sayılı Kanun'u dikkate almaktadır. Ürünlerin parça parça girip Türkiye'de birleştirilmesi ile ilgili olarak idarenin sorunu nihai üreticiye ulaşmamaktadır.

• **Ekonomi Bakanlığı, Ürün Güvenliği ve Denetim Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

İthal ürünlerle ilgili 9 tebliğ bulunmaktadır. Bu tebliğler uyarınca ayakkabılar da dâhil tüm ürünlerin piyasaya arz edilmeden önce ilgili teknik mevzuat açısından uygunlukları denetlenmektedir. Ayakkabılar için Bazı Tüketiciler Ürünlerinin İthalat Denetimi Tebliği (Ürün Güvenliği ve Denetimi: 2016/18) esas alınmaktadır.¹⁵⁸ Dış Ticarette Risk Esaslı Kontrol Sistemi (TAREKS) üzerinden risk analizine göre ithalat denetimleri gerçekleştirilmektedir, ancak bu, tüm ithalatın denetlenmesi anlamına gelmemektedir. Tebliğ kapsamındaki ürünleri ithal etmek isteyen ithalatçılar, ürünlerin test edilmesi hususunda başvuru yapmaktadır. Bu sistemde öncelikle, ithalat konusu ürünlerin sağlığı zararlı olabilecek oranda kimyasal madde içermesi ihtimali çerçevesinde, TAREKS vasıtasıyla firmaya ilişkin bilgiler; geçmişte yapılan ithalat denetimleri ile piyasa gözetimi ve denetimi sonuçları; üretici veya ithalatçı firma ya da temsilcisi; giriş gümrüğü; ürünün cinsi, markası ve modeli; fiyat ve miktar; menşe, çıkış, sevk veya ticaret yapılan ülke; risklerin tespiti için kullanılacak diğer bilgiler dikkate alınarak fiili denetime tabi tutulması gereken ürünler belirlenir. Bu ürünler daha sonra akredite laboratuvarlara gönderilmektedir. Saya, taban gibi parçaların ithalatı konusunda bir denetim yapılmamakta, sadece nihai ürün denetlenmektedir.

Çözüm Önerileri

1) Dış Ticarette Risk Esaslı Kontrol Sistemi ile ilgili tebliğlerde değişiklik yapılarak, hem ithalat aşamasında (gümrüklerde) hem de üretim aşamasında (iç piyasada) sadece piyasaya arz edilecek olan nihai ürünlerin değil, ham madde ve aksesuarların da üretim ve dağıtım aşamasında insan sağlığı ve güvenliği açısından denetimi yapılmalıdır.

2) Hızlı ve kolay ticaret ile denetim dengesi gözetilerek risk analizine göre fiili denetimler yapmak doğrudur, fakat özellikle Uzak Doğu'dan gelen ürünlerin tamamının ya da ekseriyetinin fiili denetimlerden geçmesini sağlayacak tedbirler alınmalıdır. Bu anlamda, laboratuvarların ve denetim yapan personelin sayısının artırılması gerekmektedir.

Sorun 5

Sosyete pazarlarının esnaf aleyhine haksız rekabet oluşturmaları

Açıklama

12.07.2012 tarihli Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik'in 5. maddesinde; pazar yerlerinin sadece belediyeler ve %50'sinden fazlasına sahip oldukları belediye iştirakleri tarafından kurulup işletileceği, gerçek ve diğer tüzel kişiler tarafından pazar yeri kurulamayacağı açıkça düzenlenmektedir. Buna karşın, işletme kooperatifi gibi yapılanmalarla belediyelerden izin alınarak yasal olmamasına karşın sosyete pazar yerleri kurulmakta; bu pazar yerleri bir işletmeciler tarafından isteklere alan kiralamak yoluyla çalıştırılmaktadır.

Pazar içindeki kiracılar kendi nam ve hesaplarına çalışmakta, oda ve vergi kaydı olmaksızın yoğun bir şekilde tekstil, giyim, ayakkabı ve çanta gibi ürünleri satarak haksız rekabet oluşturmakta ve haksız kazanç elde etmektedirler. Pazar yerlerindeki kiracılarla ilgili temel sorun, pazarlarda satış yapan ancak vergi mükellefi olmayanlardır.

İlgili Mevzuat

- 12.07.2012 tarihli Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik (Madde 5)
- 13.07.2013 tarihli Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik

İlgili Kurumlar

- İçişleri Bakanlığı (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü)
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)

¹⁵⁸ 2016/18 sayılı Tebliğ yerine 01.01.2017 tarihi itibarıyla 2017/18 sayılı Tebliğ yürürlüğe girmiştir (Bkz. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/12/20161230M1-18.htm>). Söz konusu Tebliğ ile Ürün Güvenliği ve Denetimine tabi ürünlere 2 adet GTİP eklenmiştir. Bunlar; "6406.10.90.90.00 – DİĞERLERİ" ve "6406.90.30.00.00 – Dış tabanı olmayan fakat iç taban veya diğer kısımlara tutturulmuş ayakkabı yüzlerinden meydana gelenler" olarak belirlenmiştir.

İlgili Kurumların Açıklamaları

• Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü

Sosyete pazarları konusu ve bunlarla ilgili şikâyetler, sektör temsilcileri tarafından Genel Müdürlüğe bildirilmiş olan konular arasındadır. Bu durumla ilgili olarak önce 5957 sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun bulunmaktadır.

Bu Kanun'a istinaden çıkan 13.07.2013 tarihli Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik'te pazar yeri "belediyelerce tespit edilecek yer ve günlerde kurulan üretici ve semt pazarları" olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla mevzuat pazar yeri konusunu oldukça geniş ve esnek bir şekilde tanımlamıştır. Bu tanımın, sosyete pazarları denen yerleri kapsayıp kapsamadığı tartışmaya açıktır.

Bunun yanında İç Ticaret Genel Müdürlüğü'nün görev ve yetkilerinin tanımlandığı Teşkilat Kanunu'nun 9. maddesinde "sergi, panayır ve tanıtım günleri gibi organizasyonların düzenlenmesine izin verme, bu organizasyonların düzenlenmesi ve faaliyetlerine yönelik düzenlemeler yapma" görevi Genel Müdürlüğe verilmiştir. Sosyete pazarlarının bu kapsamda ileriki süreçte değerlendirilebileceği ve bunlarla ilgili düzenlemelerin de ilerleyen tarihlerde yine Genel Müdürlük tarafından hayata geçirilebileceği düşünülmektedir. Şu anda bu konu tam anlamıyla gündemde bulunmamakta; 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile ilgili yönetmeliklerin hazırlanması, öncelikli olarak gündemde yer almaktadır. Sonraki süreçte ise sosyete pazarları konusunun ivedilikle ele alınması planlanmaktadır.

Sürekli açık olan ve içinde sadece pazarcı esnafın bulunmadığı pazarlarla ilgili temel şikâyet noktalarından biri de buralarda yapılan ticari faaliyetin tam olarak belgelendirilmemesidir. Zira bu tür pazarlarda çok fazla fiş ve fatura uygulaması görülmemektedir. Dolayısıyla bu pazarlarda kayıt dışı satış azımsanamayacak kadar fazla olabilmekte, bu durum haksız rekabet oluşturmaktadır.

• Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü

Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü bir yılı aşkın süredir bu konuda hem Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü hem de İç Ticaret Genel Müdürlüğü ile iş birliği içinde çalışma yürütmektedir. Sosyete pazarlarının kooperatif olarak işletilmesi çok sık rastlanan bir durum değildir. Bunun tek örneği Ulus Sosyete Pazarı'dır. Bu pazarda alım satım yapanların hepsi pazarcı esnafıdır. Mevzuata göre bu tür kooperatiflere ortak olma şartı esnaf olmaktır ve kesinlikle esnaf belgesi aranmaktadır. Yani bu kişilerin pazarcı esnafı olması gerekmektedir.

Kooperatife ortak olmanın yanı sıra pazarda yer alabilmek için de esnaf olmak gerekmektedir. Sosyete pazarları denilen yerler, semt pazarlarından çok farklı bir yapıya sahiptirler. Tekstil ürünlerinin satıldığı ve pek çok satıcının bir araya geldiği bir panayır ya da bir fuar olarak algılanmaları bu bağlamda daha doğru olabilir.

Sosyete pazarlarıyla ilgili şikâyetler Genel Müdürlüğe de ulaşmaktadır. Kooperatiflerin bütün işlemleri vergiye tabidir. Bu pazarlarda yer alanların tamamı esnafıdır ve yapılan satışlar da kayıt altında yapılmaktadır. Bu bağlamda kayıt dışı olma ithamını kabul etmek ve sosyete pazarlarının kooperatif şeklinde işletiliyor olmasının bir sorun olduğuna katılmak, Genel Müdürlük açısından mümkün değildir. Zaten bunun bir tane örneği bulunmaktadır ve Genel Müdürlük bunun çok sayıda pazarcı esnafının bir araya gelerek iş yapabildiği olumlu bir örnek olduğunu düşünmektedir. Ancak pek çok meslek örgütünden bu konuda şikâyetler gelmektedir.

Uygulamada bazı sorunlar olabilmekle beraber devamlı açık bulunan sosyete pazarlarında POS makinesiyle ve fiş alarak alış veriş yapmak mümkündür. Yapılan şikâyetler sonucunda defaten Genel Müdürlük tarafından bu pazarları incelemek üzere müfettiş görevlendirilmiş ancak herhangi bir hatalı uygulama tespit edilmemiş, hiçbir ceza kesilmemiştir.

• Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü

Kooperatife üye olma şartlarını tanımlayan ana sözleşmede pazarcı esnaf olma şartı tanımlanmış olsa da Genel Müdürlüğe gelen şikâyetler arasında en sık dile getirilen, buraya ortak olanların esnaf olmadıkları, herhangi bir odaya kayıtları bulunmadığı ve kooperatif bünyesinde satış yaptıklarıdır. Bir diğer sorun da esnaf satış yaparken kendi adına fiş veya fatura kesmek durumunda iken, kooperatifler tarafından düzenlenen pazarlardaki satıcıların çoğunun satışlarında fatura kesmemeleri, kestiklerinde de Kooperatif adına kesme avantajını kullanmalarıdır. Bu da rekabette adaletsiz bir durum ortaya çıkarmaktadır.

Çözüm Önerileri

1) Sokyete pazarlarında satış yapanlar ile esnaf arasında, eşit şartlarda rekabet koşullarının sağlanması amacıyla sokyete pazarları ile ilgili ayrı bir düzenleme yapılmalıdır. Bu düzenleme ile kimlerin sokyete pazarlarını işleteceği, çalışma koşulları, çalışma gün ve saatleri, bu pazarlarda kimlerin hangi şartlarda satış yapacakları belirlenmeli, ortakları yerel esnaftan oluşan kooperatiflerin sokyete pazarı açmasına imkân verilmelidir. Satışlarda tüketiciye mutlaka fiş verilmesi sağlanmalıdır.

2) Sokyete pazarlarında satış yapan esnafın oda kaydı, sigortalılık durumu, vergi gibi denetimleri yapılmalıdır.

Sorun 6**Kayıt dışı üretim ve kayıt dışı istihdam****Açıklama**

“Merdiven altı” üretim diye tabir edilen kayıt dışı üretimde, vergi levhası ile iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmaksızın üretim yapılmaktadır. Bu durum, gerekli kayıtlarını yaptıran ve vergi, iş yeri kirası, sigorta primi gibi maliyetleri düzgün bir şekilde karşılayan esnaf aleyhine haksız rekabet oluşturmaktadır. Kayıt dışı üretimde, tüm bu maliyetlerden kaçınıldığı için daha ucuza üretim yapılabilir. Kayıt dışı çalışan iş yerlerine karşı vergi idaresi, sosyal güvenlik kurumu ve belediyelerce yürütülen denetimler yeterli seviyede değildir.

İlgili Mevzuat

- 5393 sayılı Belediye Kanunu (Madde 15)
- 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu (Madde 7/g)
- 3572 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanun (Madde 3)
- 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu (Madde 8)
- 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik (Madde 21, 22, 23, 24)
- 11.11.2015 tarihli Kayıt Dışı İstihdam ile Mücadele Genelgesi

İlgili Kurumlar

- Maliye Bakanlığı (Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı)
- İçişleri Bakanlığı (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü)
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)
- Sosyal Güvenlik Kurumu

İlgili Kurumların Açıklamaları

İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü

Kayıt dışı üretimin denetimi 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ve 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’te belediyelere verilmiştir. Söz konusu mevzuatta izinsiz veya ruhsatsız faaliyette bulunulamayacağı açıkça belirtilmiştir. Belediyeler tarafından müracaat üzerinde gerekli kontroller yapılmaktadır. Ayrıca ruhsatlandırma yapıldıktan sonra da birçok kontrol yapılmakta, ruhsatsız olan işletmeler kapatılmaktadır. Hiç kaydı olmayan kişiler, zabıtalara rutin denetimleri esnasında ya da şikâyet yoluyla denetlenmektedir.

- **Keçiören Belediyesi Temsilcisinin Görüşü**

3572 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanun’a göre hiçbir işletme, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı almadan çalıştırılmamaktadır. Böyle durumlarla karşılaşıldığında, önce durum tespiti yapılmakta; sonrasında cezai işlem yapılması için Encümen Kararı alınmakta ve işletme, ruhsat alana kadar kapatılmaktadır. Ruhsat aşamasında 30 günlük bir süre bulunmaktadır. Bu süre içinde işletmenin sıhhi denetimleri, güvenlik ve çevre denetimleri yapılmakta, uygun bulunduğu takdirde ruhsat kesinleştirilmektedir. Uygun bulunmazsa 15 günlük süre verilmekte; bu 15 günlük sürede, işletme, eksiklerini giderirse ruhsat kesinleştirilmekte, gideremezse ruhsat iptali yapılmaktadır.

• **Sosyal Güvenlik Kurumu Temsilcisinin Görüşü**

İş yerlerinin açılmasının ilk aşaması vergi daireleri ve belediyeleri ilgilendirmektedir. İş yeri açıldığında belediye başkanlıkları bunu SGK'ya bildirmekte, vergi dairelerinin kayıtları ise 15 gün içinde elektronik ortamda SGK'ya düşmektedir. Bu aşamadan sonra SGK tarafından sigortalılık tescili yapılmaktadır. SGK tarafından hem rutin hem de ihbara bağlı denetimler yapılmaktadır. İş yeri açma ruhsatı SGK'yı ilgilendirmese de kurum bünyesinde bir ihbar hattı bulunmaktadır. Bir ihbar geldiğinde denetim yapılmakta ve ilgili kuruma bilgi verilmektedir. Bu denetimler, taşrada genellikle vergi daireleri ile dirsek temasında yapılmaktadır. İş yeri açma ruhsatının olmadığı tespit edildiği takdirde, örneğin kişi bir yıldır sigortasız çalışıyorsa, o işletmeye asgari ücretin 26 katı tutarında bir ceza uygulanmaktadır. Ancak bu ceza ile zaten zor durumda olan esnafın beli bükülmekte, bir daha kendini toparlayamamaktadır.

• **Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı Temsilcisinin Görüşü**

Yurt dışından gelen ürünlere karşı fiyat rekabeti yapılamadığı için, esnaf, vergi ödemeyerek maliyeti düşürmeye çalışmaktadır. Vergi levhası alınmasıyla sorun çözülmemekte, levha alınsa bile kayıtsız üretim yapılabilir. Örneğin denetimlerde iş yerinde gündüz 4 işçi çalışırken, gece olduğunda çalışan sayısı 20'ye çıkmaktadır. Son dönemlerde geceleri Suriyelilerin çalıştırılması çok yaygınlaşmıştır.

• **Türkiye Belediyeler Birliği Temsilcisinin Görüşü**

Türkiye Belediyeler Birliği kanunla kurulmuş bir kamu kurumudur ve tüm belediyeler kanunen Birliğin üyesidir. Türkiye Belediyeler Birliği belediyeleri destekleyici faaliyetler yürütmekte, bizzat uygulama içinde yer almamaktadır.

Çözüm Önerileri

1) Vergi kaydı, sicil ve oda kaydı, SGK kaydı ve iş yeri açma ve çalıştırma ruhsatı alınma ilişkin başvuruların, tek bir bilgi sistemi üzerinden otomatik olarak yapılması sağlanmalıdır. Bu bilgi sistemi, Maliye Bakanlığı (vergi kaydı) veya Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (sicil ve oda kaydı) tarafından tutulmalıdır. Vergi kaydı önce yapılacaksa bilgi sistemine işletme ile ilgili tüm bilgiler girilmeli ve otomatik olarak bu bilgiler diğer kurumlara gönderilmeli ve ilgili kurumlar da bu bilgi sistemi üzerinden gerekli işlemleri yapmalıdır. Bilginin tek merkezde toplanmasıyla, kayıt dışılığın önlenmesi açısından önemli bir mesafe katedilecektir.

2) Denetimlerin daha sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için ilgili kurumlardaki denetim yapan personelin sayısı artırılmalıdır.

3) E-posta, telefon hattı, şikâyet kutuları gibi yolların kullanılacağı ihbar mekanizmaları güçlendirilmelidir.

4) Kayıt dışı işletmelere uygulanan yaptırımlar artırılmalı, cezalar caydırıcı olmalıdır.

5) Kamu spotu vb. yollarla hem müşteriler kayıt dışı iş yerlerinden alışveriş yapmamaları konusunda, hem de işçiler sigortasız çalışmamaları konusunda bilinçlendirilmelidir.

Sorun 7

Belediye meslek edindirme kurslarının kayıt dışı (merdiven altı) üretime yol açması

Açıklama

Belediyeler kendi sınırları içinde yaşayan vatandaşların belli mesleklere yönelmesi ve ekonomik açıdan aktif olabilmeleri amacıyla meslek edindirme kursları düzenlemektedir.

Çoğu zaman ücretsiz veya çok düşük ücretlerle hizmet veren bu kurslarda eğitim alıp temel düzeyde üretim yapabilecek kabiliyete ulaşanların, işletme açarak esnaflık yapmak ya da mevcut esnafın yanına maaşlı eleman olarak girmek yerine, çoğu zaman kendi evlerinden kayıt dışı üretim yaptıkları görülmektedir. Esnafın yükümlü olduğu pek çok masraf kalemine (vergi, iş yeri kirası, sosyal sigorta primleri, vs.) sahip olmadıklarından, bu kimseler çok daha düşük maliyetle ürettikleri malları daha ucuza satmaktadırlar.

İlgili Mevzuat

- 5393 sayılı Belediye Kanunu (Madde 14)
- 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu (Madde 7/v)

İlgili Kurumlar

- İçişleri Bakanlığı (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü)
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Keçiören Belediyesi Temsilcisinin Görüşü**

Keçiören Belediyesinde meslek edindirme kursları düzenli olarak açılmak istenmişse de maliyeti yüksek olduğu için açılmamıştır. Keçiören Belediyesinde, kiralık ustalık belgelerinin (işletmeyi açan kişiye ait olmayan, mevzuattaki ruhsat alabilme şartını sağlayabilmek için üçüncü kişilerden para karşılığı kiralanan ustalık belgeleri) önüne geçmek amacıyla, ustalık belgesi için eğitimler verilmesi yönünde bir eğilim bulunmaktadır. Bu durum belediye tarafından bilinmekte ancak belge üzerinden herhangi bir işlem yapılamamaktadır. Keçiören Belediyesi tarafından hem SGK'ya hem de odalara aylık bildirimler gönderilmektedir. Bu bildirimler incelendiğinde, ustalık belgesi sahiplerinin o işletmelerde çalışmadığı anlaşılabilmektedir.

- **Türkiye Belediyeler Birliği Temsilcisinin Görüşü**

Türkiye Belediyeler Birliği nezdinde bu türden meslek edindirme kurslarıyla ilgili bir tavır ya da eğilim bulunmamaktadır. Türkiye Belediyeler Birliğinin de temsil edildiği İŞKUR'un bir toplantısında bu konu aynı şekilde gündeme taşınmıştır. Bel-Mek denilen kurslarda meslek öğrenen kişilerin merdiven altı üretime katılmaları yerine, kayıtlı istihdama katılmaları yönünde İŞKUR bünyesinde bir çalışma yapıldığı bildirilmiştir. Bu bağlamda ortaya konacak bir çözümün etkili olması için İŞKUR, belediyeler ve esnaf odalarının eşgüdümü olarak çalışması gerekecektir. Ayrıca, mevcut mevzuat açısından bakıldığında belediyeler ve esnaf odaları arasında iş birliği yapılarak burada ifade edilen sonuçları yaratmayı amaçlayan protokoller yapılmasının önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır.

- **Altındağ Belediyesi Temsilcisinin Görüşü**

Altındağ Belediyesi bünyesinde bu tarz kurslar genelde kadınlara yönelik olarak açılmaktadır. Evlerinden ucuza ve sigortasız üretim yapan bu kadınlara yine esnaf tarafından parça başı iş verilmekte; bu tür kayıt dışı üretime talep yaratılmaktadır. Bu kişiler çok fazla münferit müşteriye değil, daha çok sanayiye iş yapmaktadır. Bu talep kesilmediği müddetçe arz da kesilmeyecektir. Öte yandan, belirtildiği gibi bu tür kursları genellikle tercih edenler evlerinden çalışarak ek bir gelir elde etme amacını taşımaktadırlar. Dolayısıyla bu kişilerin esnaflığa yönlendirilmeleri de kolay olmayacaktır.

Ayrıca bu türden üretim yapanların tespit edilmesi ve kayıt dışı üretim ve satış yapıldığının ispatlanması kolay değildir. Bu kişilerin kendi evlerinde ve düşük miktarlarda üretim yapmaları, bunun tespit edilmesini daha da zorlaştırmaktadır.

- **Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatçılar Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

Bu sorun daha sıklıkla çeyizci esnafında ve çeyizcilik mesleğinde gözlemlenmektedir. Bu meslekte üretim yapanların çoğu kadınlardır. Bu alanda kadınların artan miktarda işletme kurmaya ve kayıt dâhilinde imalat ve satış yapmaya yöneldikleri görülmektedir. Ancak kendi evlerinde kayıtsız bir şekilde ve dolayısıyla da düşük maliyetlerle üretim yapanlar halâ bulunmaktadır ve bu da haksız rekabete neden olmaktadır.

Çözüm Önerileri

1) Belediyeler bu kursları esnaf odaları ve İŞKUR ile daha yakın iş birliği içinde düzenlemelidir. Bu durum, hem yetenekli ve eğitilmiş iş gücü istihdamında sorun yaşayan esnafa fayda sağlayacak, hem de bu kurslarda sağlanan eğitimin kalitesi daha yüksek seviyeye çıkacaktır.

2) Bu kurslara katılanların kayıt dışı üretim ve satış yapmaları, ilgili kurumlar tarafından daha sıkı denetlenmelidir.

3) Bu kurslara katılan ve evinde üretim yapmayı tercih eden kişilerin, kayıt altında üretim yapmalarının sağlanabilmesi için, kursların bitiminde meslek odaları ile iş birliği içinde olunmalı ya da internet vb. yollarla satış kanallarının oluşturulması sağlanmalıdır.

Sorun 8 Belediyelerin mal alımlarında yerel esnafa öncelik vermemeleri

Açıklama

Belediyeler tarafından “sosyal yardım” adı altında düğün, sünnet ve benzeri toplantılarda kullanılmak üzere satın alınan gelinlik, damatlık, sünnetlik gibi ihtiyaçların yerli esnaftan değil Uzak Doğu’dan karşılandığı dile getirilmiştir.

İlgili Mevzuat

4734 sayılı Kamu İhale Kanunu (Madde 63)
04.03.2009 tarihli Mal Alımı İhaleleri Uygulama Yönetmeliği (Madde 61)

İlgili Kurumlar

İçişleri Bakanlığı (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü)
İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)

İlgili Kurumların Açıklamaları

• Altındağ Belediyesi Temsilcisinin Görüşü

Altındağ Belediyesinde mal alımları, zaten yerli satıcılardan yapılmaktadır. Ancak burada dile getirilen toplu düğün, sünnet, vb. organizasyonlar geçmişte bazı dönemlerde yapılmış olmakla birlikte artık düzenlenmemektedir. Öte yandan yapılan alımlarda yerli satıcılar ve hizmet sağlayıcılar tercih edilmekte, özellikle kendi bölgelerindeki esnaf bu konuda değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

• Keçiören Belediyesi Temsilcisinin Görüşü

Keçiören Belediyesinde genelde yerli satıcılar tercih edilmektedir. Ancak, ihale mevzuatının şartlarını yerine getirerek ihaleye girecek esnafları bulmak konusunda zorluk yaşanmaktadır. Mevzuat gereği para ödemeleri geç olduğu için esnaf bu tür ihalelere katılmayı çok fazla tercih etmemektedir. Dolayısıyla, belediyelerin kendi yörelerindeki esnaf ve yerli işletmelerden daha fazla alım yapabilmelerini sağlamak için mevzuat değişikliği yapılması gerekmektedir. Bu yolla hem esnafın, belediyelerin ihalelerine girebilme güç ve imkânlarının geliştirilmesi; hem de belediyelerin esnaftan alım yapmasının daha fazla teşvik edilmesi sağlanabilecektir.

Çözüm Önerileri

1) 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu’nun “Yerli istekliler ile ilgili düzenlemeler” başlıklı 63. maddesinin (c) bendinde; “Mal alımı ihalelerinde yerli malı teklif eden istekliler lehine %15 oranına kadar fiyat avantajı sağlanabilir” şeklinde bir hüküm bulunmaktadır. Buna benzer şekilde 4734 sayılı Kanun’da düzenleme yapılarak, belediyelerin sosyal yardım organizasyonlarında yerel esnafa fiyat avantajı oluşturmaları sağlanmalıdır.

2) Belediyeler tarafından yapılan giyim fuarlarında, esnafra uygun şartlarda stantlar temin edilmelidir.

14.2. Vergilendirme ile İlgili Sorunlar

Sorun 1 Ham madde/aksesuar ve mamul üründeki farklı KDV uygulamaları

Açıklama

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe en önemli girdi kalemlerini oluşturan düğme, fermuar, aksesuar, fason dokuma, kasar, boya, baskı, nakış, işleme, ilik ve dikiş işleri %18 KDV oranına, kumaş ve iplik alımları %8 KDV oranına tabidir.¹⁵⁹

¹⁵⁹ 25.11.2016 tarih ve 29899 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 2016/9542 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile bazı mal ve hizmetlere uygulanan KDV oranları değiştirilmiştir. Buna göre 25.11.2016 tarihi itibarıyla; şal, eşarp, omuz vatkası, astar, apolet, ilikleme tertibatı, cep, kol, yaka, rozet ve fırfır ile bunların benzerlerine, kıymetli taş ve madenler hariç her nevi maddeden mamul fermuar, çıtçı, düğme, kopça, boncuk ve benzerlerine, fason olarak yapılan deri ve saya işlerinde %8 KDV uygulanacaktır.

Kumaş ve ipliğin maliyetler içindeki payı bazı modellerde %50 civarında olmakla birlikte, bazı modellerde fason olarak yaptırılan işlemlerin ve emprimelerin payı kumaş maliyetine yaklaşmakta, hatta bazen geçmekte ve kumaşın maliyetler içindeki payı %20'lere kadar düşmektedir. İç-dış giyim eşyası ve ev tekstili ürünlerinin satışlarındaki KDV oranı ise %8'dir. Örneğin, fermuar ya da düğme aksesuar olarak görülmekte ona göre KDV oranı belirlenmektedir. Ancak fermuar aksesuar değildir. Ayrıca, demir fermuarda KDV oranı %18 iken, kemik fermuarda %8'dir. Bunların düzenlenmesi gerekmektedir.

Dolayısıyla sektör üzerinde önemli ölçüde KDV yükü kalmaktadır. Ayrıca suni elyaf, suni deri ile ayakkabı ve çanta imalatında kullanılan malzemelerin ham maddesi plastik olup, bunları imal edenlerin yüklenecekleri KDV oranı %18'dir. Ayakkabı ve çanta satışlarında tahsil edebilecekleri KDV (%8) ile bunların da giderilmesi mümkün değildir. Bilhassa kışlık ayakkabı ve botlarda kullanılan lastik tabanlar, yapıştırıcılar, saya dikiş ücretleri ve sair diğer girdiler %18 KDV oranına tabidir. Bu durum, sektörün önemli ölçüde KDV yüküyle karşılaşmasına sebep olmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu (Madde 28, 29)
- 2007/13033 sayılı KDV Oranlarına İlişkin Genel Kararname
- Ekli 1 Liste: %1
- Ekli 2 Liste: %8
- Ekli 3 Liste: %18

İlgili Kurumlar

- Maliye Bakanlığı (Gelir İdaresi Başkanlığı)

İlgili Kurumların Açıklamaları

• Maliye Bakanlığı

3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 29. maddesi, mükelleflerin, yaptıkları vergiye tabi işlemler üzerinden hesaplanan katma değer vergisinden, faaliyetlerine ilişkin vergi indirimi almalarını sağlamaktadır. KDV oranları arasında farklılık olduğunda aradaki %10'luk farkın iadesi Maliye Bakanlığı tarafından yapılmaktadır. KDV iadelerinin hızlandırılması ile ilgili Bakanlık tarafından çalışmalar sürmektedir. Şu an taslak hâlinde olan bu çalışma, çok yakın zamanda uygulamaya geçecektir.

Konfeksiyonda kumaş ve iplikte KDV oranı %8, diğer yan ürünlerde %18'dir. Ürüne bakıldığında, ana ham maddenin oranı diğer yan ürünlerin oranından daha az çıkmaktadır. Fire oranları ile ilgili bazı ürünler için kanuni aralıklar vardır. Ancak yurt dışı için üretilen ürünlerde ya da bazı özel ürünlerde fire oranları daha yüksek olabildiğinden sorun yaşanmaktadır.

Çözüm Önerileri

1) KDV oranları sektördeki bütün hizmet ve mal teslimleri için eşit olarak belirlenmelidir.

2) KDV iadelerinin Maliye Bakanlığı tarafından hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi için mekanizmalar geliştirilmeli, gereksiz bürokratik süreçler sona erdirilmeli, işini düzgün yapan mükelleflere en kısa zamanda iadelerin yapılması sağlanmalıdır.

Sorun 2

Stopaj kesintisini yüksek olması

Açıklama

Gelir Vergisi Stopaj oranları bazı durumlarda yüzde 20'leri bulmaktadır. Dükkân kiralarda yıllık gelir 27.000 TL'yi geçmezse stopaj ücretini mülk sahibi, geçerse esnaf ödemekte; bu durum esnafı mağdur etmektedir.

İlgili Kurumlar

- Maliye Bakanlığı

İlgili Mevzuat

- 3349 sayılı Gelir Vergisi Kanunu (Madde 94)

Çözüm Önerileri

Stopaj kesinti oranı düşürülmelidir.

14.3. Teşvik, Destek ve Krediler ile İlgili Sorunlar

Sorun 1 Küçük sanayi sitelerinin altyapılarının ve bunlara yönelik teşviklerin yetersizliği
Açıklama Küçük sanayi sitelerinde yer alan esnaf ve sanatkarların imalathanelerinin fiziksel olarak yenilenmeye ve günün şartlarına uygun hâle getirilmeye ihtiyaçları vardır.
İlgili Mevzuat • 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (Madde 1) • 5350 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun • 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu (Madde 35) • 4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Kanunu (Madde 21) • 635 sayılı Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri hakkında Kanun Hükmünde Kararname (Madde 2) • 2985 sayılı Toplu Konut Kanunu (Madde 8/d)
İlgili Kurumlar • Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (Sanayi Bölgeleri Genel Müdürlüğü) • TOKİ
İlgili Kurumların Açıklamaları • Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Temsilcisinin Görüşü 635 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile kooperatiflere bulundukları illere göre çeşitli kredi destekleri verilmektedir. Bu desteklerden yararlanılabilmesi için işletmelerin kooperatif olarak yapılanması, arsaların temin edilmesi ve kooperatif üyelerinin bazı kıstaslara uymaları gerekmektedir. Kooperatifleşmeyi teşvik etmek amacıyla bu krediler sadece kooperatiflere verilmektedir. Yenilenme desteklerinde, kooperatiflerin borçlarının tamamlanmış olması gerekmektedir. Kooperatiflerin şehir merkezlerinde kalarak veya şehir dışına taşınarak yeniden yapılanma istemeleri durumunda, bu öncelikle belediyelerin görev alanına girmektedir. Belediyelerle iş birliği hâlinde arsa tahsis yapıldığında kooperatif Bakanlıktan talepte bulunmakta, Bakanlık hem yapılanma için hem de taşınma için kredi desteği sağlamaktadır. Arsa tahsis konusu ise doğrudan Bakanlığın görev alanı içinde yer almasa da arsa tahsis için kredi desteği verilmesi konusunda da çalışmalar yapılmaktadır. Bakanlık 55 yıllık tecrübeye sahiptir ve bugüne kadar çok sayıda sanayi sitesi kurulmasını desteklemiştir. Bakanlık tarafından gelişmiş, normal ve kalkınmada öncelikli olan illere göre, uzun vadeli krediler verilmektedir. Krediler ilk 2 yıl geri ödemesiz olabildiği gibi, bulunduğu ile göre 11-13-15 yıl gibi uzun vadeli geri ödeme imkânları da olabilmektedir. Bakanlık tarafından verilen krediler esnafın kendisine değil, kurulan tüzel kişiliğe yöneliktir. Alt yapı harcamalarının tamamına, üst yapı harcamalarının ise %70'ine kredi verilmektedir. Standart 50-70-100 metrekarelik atölyelerin yanı sıra 3500 metrekare ya da fabrika şeklinde kurulan sanayi siteleri de desteklenmektedir. Esnaf bir araya geldiği takdirde, arsaları da uygunsa, bu çalışmalar başlatılmaktadır. • Toplu Konut İdaresi Başkanlığı (TOKİ) Temsilcisinin Görüşü 2985 sayılı Toplu Konut Kanunu ve hükümet programı çerçevesinde TOKİ'nin aslı görevi konut yapmak olsa da şu anda havalimanı ve sanayi yapıları gibi inşaat projeleri de yürütmektedir. Kooperatif mantığı ile belli bir sayıya gelen başvuru sahiplerinin şehir dışındaki inşaat işlerini de yürütmektedir. Bunun dışında bir resmi kurumdan gelen talimat ile sanayi sitesi projesi gerçekleştirileceğinde takip edilmesi gereken yol; bir protokol yapılması ve inşaat giderlerinin TOKİ'ye ödenmesidir. İdare sadece bedellerin ödenmesi kaydıyla inşaatların yapılmasını üstlenmektedir. Örneğin Kayseri'de oto tamircileri, kendi aralarında bir birlik kurmuşlar, arsaları temin etmişler, ihtiyaç duyulan peşinat giderlerini bankada bloke ederek idareye başvurmuşlardır. Şu an protokol imzalanması aşamasına gelinmiştir. TOKİ genel bütçeden kaynak alan bir kurum olmadığı için, "TOKİ kaynaklarından faydalanmak" çok doğru bir ifade değildir. Bunun yerine TOKİ'nin tecrübe ve imkânlarından faydalanılabilmektedir.

Çözüm Önerileri

- 1) Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının küçük sanayi sitelerine yönelik sunduğu kredi desteklerinden faydalanmak için esnaf ve sanatkârlar, meslek kuruluşlarının öncülüğünde, kredi ve kefalet kooperatiflerinde olduğu gibi kooperatifleşmeye gitmelidir. Aynı iş kolundaki esnafın kooperatif kurması, hem aralarında dayanışma ve iş birliği kültürünün gelişmesine hem maliyetlerin düşmesine ve bu yolla fiyat rekabeti yapabilmesine hem de esnafın tek başına hareket etmesi hâlinde karşılaşılabilecek zararları bertaraf etmesine katkı sağlayacaktır.
- 2) Şehir merkezlerinin dışında TOKİ marifetiyle küçük sanayi siteleri kurulmalı, esnaf tarafından kurulacak kooperatifler ile meslek kuruluşlarının proje oluşturması teşvik edilmelidir.

Sorun 2**Yatırım teşvik sisteminin esnafa yönelik olmaması**

Yeni Yatırım Teşvik Sistemi'nde her bölgeye verilen destekler farklıdır. Bulunduğu bölgeye göre, KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti, vergi indirimi, sigorta primi işveren hisse desteği, gelir vergisi stopajı desteği, sigorta primi desteği, yatırım yeri tahsis ve KDV iadesi gibi çeşitli kalemlerde destekler bulunmaktadır. Bu teşvikler, küçük esnafa yönelik değildir. Bunlar daha çok yatırım desteği olup büyük firmalar için planlanmıştır.

İlgili Mevzuat

- 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun
- 5350 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun
- 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar
- 2012/1 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ

İlgili Kurumlar

- Ekonomi Bakanlığı (Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Ekonomi Bakanlığı Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**
Bu teşvikte önemli olan asgari yatırım tutarıdır, işletmenin büyüklüğü ve küçüklüğü önemli değildir. Üretim için gerekli makine ve teçhizat tutarı, bölgelere göre değişmektedir. Bu tutara bina inşaat harcaması da dâhil edilebilmektedir. 2006 tarihli 10921 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar'da yatırımlarında asgari 200 bin TL, azami 2 milyon TL olan KOBİ'lere "KOBİ teşvik belgesi" düzenlenmiş ve bu belgeye sahip KOBİ'lere Gümrük Vergisi muafiyeti, Katma Değer Vergisi istisnası ve faiz desteği verilmiştir. Ancak sonraki kararlarda bu ayırım yapılmamıştır. Konu ile ilgili şikâyet alınmaktadır. Şikâyetlerin bizzat özel sektör temsilcilerinden gelmesi çok daha etkili ve önemlidir.

Çözüm Önerileri

- 1) Yatırım teşvik programının temel hedefi, yüksek bölgesel ve büyük ölçekli yatırımlar ile stratejik yatırımların özendirilmesi, uluslararası doğrudan yatırımların artırılması, bölgesel gelişmişlik farklılıklarının azaltılması, kümelenme ve çevre korumaya yönelik yatırımlar ile araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin desteklenmesi olsa da ekonominin mikro, küçük, orta ve büyük işletmeler ile bir bütün ve zincir olduğundan hareketle benzer teşvikler esnaf ve sanatkârlara da verilmelidir.
- 2) Esnaf ve sanatkârın bu teşviklerden yararlanabilmesi için, söz konusu yatırım bölgelerinde yer alan esnafın yapacağı yeni yatırımlarda, asgari yatırım tutarı, bölgesine göre esnafın karşılayacağı tutarlara indirilmeli; bu indirimlerden sadece esnaf sicilini kayıtlı ya da kayıt olacak kişiler faydalanabilmelidir.

Sorun 3**Hazine destekli Halkbank kredileri ile ilgili problemler****Açıklama**

Esnaf ve sanatkârın kullandığı Hazine destekli kredilerin sektörün ihtiyacına göre planlanması ve ihtiyaçlara özgü kredilerin geliştirilmesi talep edilmektedir. Hazine destekli Halkbank kredilerinin Esnaf ve Sanatkâr Kredi ve Kefalet Kooperatifleri kefaletiyle kullanılması, kefalet temini konusunda problem yaşanabilmektedir. Esnaf ve sanatkârın finansman ihtiyacını karşılamak için kurulmuş olan Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve

Kefalet Kooperatifleri, hâlihazırda bir kefalet sistemi olarak çalışması gerekirken kendisi de (memur-esnaf) kefil veya ipotek talep etmekte, bu durum kefaletin kefil gibi bir sonuç ortaya çıkarmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 16.12.2015 tarihli 8296 sayılı Türkiye Halk Bankası Anonim Şirketince Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliğine Bağlı Bölge Birliklerine Ortak Olan Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Kefaletiyle veya Doğrudan Esnaf ve Sanatkârlara Kredi Kullandırılmasına Dair 13/1/2015 tarihli ve 2015/7183 sayılı Bakanlar Kurulu Kararında Değişiklik Yapılması Hakkında Karar
- 16.12.2015 tarihli 8297 sayılı Türkiye Halk Bankası Anonim Şirketince Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliğine Bağlı Bölge Birliklerine Ortak Olan Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Kefaletiyle veya Doğrudan Esnaf ve Sanatkârlara Kredi Kullandırılmasına Dair Karar

İlgili Kurumlar

- Türkiye Halk Bankası A.Ş.
- Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği

İlgili Kurumların Açıklamaları

• Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği (TESKOMB) Temsilcisinin Görüşü

Esnaf ve Sanatkar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri tarafından verilen destekler, hibe değil; kredi kefaletidir. Bu sebeple, riskin paylaşılması ve herkesin teminatını sağlaması gerekmektedir. Ayrıca kredi miktarı ne ise, kooperatif o oranda ipotek talep etmekte, 30 bin liralık kredi için 600 bin liralık teminat alınmamaktadır. Ayrıca, teminat olarak gayrimenkul, araç ya da güvenilir şahıs kabul edilmektedir. Halkbank kanalıyla kullanılan krediler hazine destekli olan düşük faizli kredilerdir. Kredinin vadesi 1 yıla kadarsa faizi %8'dir; bunun %4'ünü krediyi kullanan esnaf, %4'ünü Hazine aracılığıyla devlet karşılamaktadır. Kredilerin vadesi 1 yıldan fazlaysa faiz oranı %10'dur; bunun %5'ini krediyi kullanan esnaf, %5'ini Hazine karşılamaktadır. Kredi ve kefalet kooperatiflerinden kredi kullanan esnafın bir kısmını, diğer bankalardan kredi temin edemeyenler oluşturmaktadır. Kooperatif esnafa kefil olmakta, kefil olduğu için esnaf krediyi ödemediği takdirde, ödenmeyen krediyi banka otomatik olarak kredi ve kefalet kooperatifinden almaktadır. Halkbank'ın kredi uygulama talimatlarına göre esnaf mali durumlarına göre 7-8 gruba ayrılmaktadır. Esnafın %99'u genel olarak işletme kredisi kullanmaktadır. Kunderacılar, berberler ve bakkallar farklı miktarlarda kredi alabilmektedirler. Kooperatifler krediyi verirken kendi parasını değil, Halkbank kanalıyla devletin parasını kullandığından krediyi verirken teminat almak zorundadır.

• Türkiye Halk Bankası A.Ş. Temsilcisinin Görüşü

Esnaf kefalet konusunda ciddi sorunlar yaşamakta, kefalet kooperatifi olmadan aynı şartlarda veya kefalet olmadan doğrudan bankadan kredi kullanmayı talep etmektedir. Halkbank, doğrudan esnafa yönelik krediler de sağlamakta, ancak bu durumda da teminat şartı bulunmaktadır. Halkbank esnafa destek olmak için faizsiz kredi sağlarken, bunun karşılığında bir teminat almak durumundadır. Aslında arada kooperatif olduğu zaman esnafa daha büyük kolaylık sağlanmakta çünkü banka doğrudan kooperatifin kefaletini kabul etmektedir.

Çözüm Önerileri

1) Sektöre özgü üretimi artırmaya yönelik sıfır faizli krediler sağlanmalı ve Bakanlar Kurulu Kararı değiştirilerek yeni kredi çeşitleri geliştirilmelidir. Sıfır faizli kredi modelinde kefalet şartı devam etmeli, ancak hangi şartlarda kredi verileceği kooperatif ana sözleşmesinde açık bir şekilde ifade edilmelidir.

Sorun 4

Esnaf ve Sanatkar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri yapısı ve uygulamalarından kaynaklanan sorunlar

Açıklama

Esnaf ve sanatkarın finansman ihtiyacını karşılamak amacı ile kurulan kooperatiflerin bazılarında, siyasi çekişmeler ve rant kavgalarının yapıldığı sıklıkla görülmektedir. Bu durum aynı zamanda kişilere göre farklı ve keyfi uygulamaların yapılmasına da sebep olmaktadır.

Ayrıca, kredi ve kefalet kooperatifi tarafından verilen kredilerin şartları ağırdır. Özellikle sicil kaydı hakkındaki şartlar (borcu olmaması ve sicilinin temiz olması) esnafın bu krediyi almasını zorlaştırmaktadır. Kredi ve kefalet kooperatifleri tarafından verilen krediler her ne kadar çok avantajlı görünse de kredi için bloke sermaye, masraf karşılığı ve risk fonu kesintileri ile üst kuruluş katılım payı gibi alınan kredinin %4,5'ini bulan masraflar, bu avantajlı durumu değiştirmektedir (Anasözleşme Madde 11, 21, 62, ve 72).

İlgili Mevzuat

- 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu (Madde 18-37)
- Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi Örnek Anasözleşmesi

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
- Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği (TESKOMB)

İlgili Kurumların Açıklamaları

• Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği (TESKOMB) Temsilcisinin Görüşü

Kooperatiflerde kredi vermede bazı sorunlar yaşanmakta, bazı başkanlar sorun yaşadıkları kişilere kredi verilmesine engel olmaktadır. Diğer taraftan hiçbir kooperatif kredi vermeye zorlanamamaktadır. Bu sebeple kooperatiflerin seçim sistemi yeniden gözden geçirilmeli ve ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden düzenlenmelidir.

Kooperatiflerle esnaf odaları iç içe geçmiş durumdadır. Kooperatiflere ortak olabilmek için vergi kaydı ve sicil kaydı gerekmektedir.

Çözüm Önerileri

1) Kooperatif yetkili organ seçimlerinin usulü değiştirilmelidir. Yetkili organlar gizli oy ile seçilerek yönetimin kooperatif ortakları arasında farklı uygulamalarına son verilmelidir.

2) Kredi kullanılırken yapılan kesintiler esnaf ve sanatkârın, kredi ve kefalet kooperatifi kefaletiyle kredi kullanma isteğini azaltmakta, Halkbank kredilerinin diğer özel banka kredilerine göre avantajlı konumuna zarar vermektedir. Anasözleşme'de değişiklik yapılarak söz konusu kesintilerin azaltılması daha çok esnafın kredi kullanmasını sağlayacaktır.

Sorun 5

Kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin destek kredilerinden yararlanamaması

Açıklama

Kaybolmaya yüz tutmuş meslek dalları için destek kredisi bulunmaktadır. Ancak Gelir Vergisi Kanunu 9. maddesinde sayılan mesleklerde faaliyet göstermek ve Esnaf Vergi Muafiyet Belgesi sahibi olmak şartı sebebiyle pek çok kaybolmaya yüz tutmuş meslek erbabı bu krediden faydalanamamıştır. Kaybolmaya yüz tutmuş meslek dallarındaki yetmişmiş eleman sıkıntısı göz önünde bulundurulduğunda, bu koşulu sağlayan kişi sayısı yok denecek kadar az olacaktır.

İlgili Mevzuat

- 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu (Madde 9)
- 2015/7183 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
- Hazine Müsteşarlığı

Çözüm Önerileri

1) 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 9. maddesinde kaybolmaya yüz tutan meslek kollarının belirlenmesi, bu kredi çeşidinden faydalanacak esnaf ve sanatkâr sayısını sınırlandırmaktadır. Bunun yerine 26.02.2016 tarihli Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik'in 17. maddesi Gümrük ve Ticaret Bakanlığına kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri belirleme ve ilan etme yetkisi vermektedir. Bakanlık geniş bir alan çalışmasıyla ve ilgili meslek kuruluşlarından da görüş alarak kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri tespit etmeli ve bu kapsamda Bakanlar Kurulu Kararı'ndaki kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri tekrar tanımlamalıdır.

14.4. Sosyal Güvenlik ile İlgili Sorunlar**Sorun 1****BAĞ-KUR ve SSK emeklilik sürelerinin farklı olması****Açıklama**

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun 28. maddesinin (a) bendine göre esnaf ve sanatkârın tabi olduğu 4/b (BAĞ-KUR) statüsünde emeklilik için 9 bin gün prim ödenmiş olması gerekmektedir. Bu prim süresi esnaf ve sanatkârın geç emekli olmasına sebep olmaktadır. Aynı madde ve bende göre 4/a'lı sigortalı çalışanlar için prim ödeme gün sayısı 7200'dür. Ayrıca, esnaf her gün 12 saat, işçi ise 8 saat çalışmaktadır. Bu çalışma saatleri hesaba katıldığında prim sürelerindeki, fark hakkaniyete aykırı ve adaletsiz görülmektedir.

İlgili Mevzuat

- 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu (Madde 28)

İlgili Kurumlar

- Sosyal Güvenlik Kurumu

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Sosyal Güvenlik Kurumu Temsilcisinin Görüşü**

4a ve 4b arasındaki gün farkının sebebi, özel sektörde hizmet aktiyle çalışanlar kategorisinde kayıt dışı sayısı fazla olduğu için 4a statüsündeki işçilerin 9 bin prim ödeme günü (25 tam yıl) doldurmasının zor görülmesidir. 2036 yılından itibaren emeklilikte kademeli yaş artışı olacak, 2048 yılından itibaren de kadın erkek ayrımı olmaksızın emeklilik yaşı 65 olacaktır. Bu bağlamda esnafın 9 bin gün prim ödeyecekler; bunun karşılığında aylık emeklilik maaşları, 7200 gün ödeyenlerden %10 oranında fazla olacaktır.

Çözüm Önerileri

1) 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nda değişiklik yapılarak 4a ve 4b statüsündeki sigortalı çalışanlar için gerekli olan prim ödeme gün sayısı 7200 gün olarak eşitlenmelidir.

Sorun 2**Sigorta primini 60 gün ödemeyen esnafın sağlık hizmeti alamaması****Açıklama**

2015/8106 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile bir kereye mahsus olmak üzere 60 günden fazla prim borcu olanlara sağlık hizmeti verilmesi düzenlemesinde süre 6 ay uzatılmış ve borçlu esnafın, 30.06.2016 tarihine kadar sağlık hizmetlerinden yararlanabilmesi sağlanmıştır.

Süre bitiminde 4/b (BAĞ-KUR) sigortalılarının sağlık hizmetlerinden yararlanabilmeleri için sağlık hizmeti sunucularına başvurduğu tarihte 60 günden fazla prim ve prime ilişkin borcunun bulunmaması şartının devam etmesi sorun teşkil etmektedir.

İlgili Mevzuat
5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu (Madde 60 ve 67) 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun (Madde 48) 01.10.2015 tarihli 2015/8106 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
İlgili Kurumlar
Sosyal Güvenlik Kurumu
İlgili Kurumların Açıklamaları
Sosyal Güvenlik Kurumu Temsilcisinin Görüşü Sağlığın pahalı bir hizmet olması dolayısıyla bu hizmetlerin sunumunda bazı kriterler belirlenmiştir. Sağlık hizmetinden (4a ve 4b) faydalanabilmek için 30 gün prim ödenmesi gerekmektedir. Ayrıca, 4b statüsündekilerin 2 aylık prim borcundan fazla borcu olmamalıdır. Söz konusu talep, bir kanun değişikliği gerektirmektedir.
Çözüm Önerileri
1) Sağlık hizmetinin, her insanın sahip olması gereken bir hak ve sosyal devletin önemli bir temeli olması sebebiyle, 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nda gerekli değişiklikler yapılarak, prim borcu dolayısıyla sağlık hizmetleri kesilmesinin süresi 6 aya uzatılmalıdır.
Sorun 3 Parça başı çalışanların sigorta maliyetleri
Açıklama
Ayakkabı, deri ve giyim üretiminin bazı süreçlerinde, parça başı iş yapılmaktadır. Parça başı çalışanlar kendi namlarına çalışmakta olup, yaptıkları parça başı iş karşılığında ücret almaktadır. Bu kişiler bazı durumlarda işverenin dükkânında çalışmaktadır; bu durumda mevzuata göre bu kişilerin özel bir konumu olmadığından, esnaf bu kişilerin de sigorta maliyetlerini karşılamaktadır. Eğer tarım sigortası benzeri bir sistem uygulanabilirse, pek çok kayıt dışı çalışan kayıt altına alınabilecek; kayıt dışılık sorunu büyük oranda çözülebilecektir.
İlgili Mevzuat
4857 sayılı İş Kanunu (Madde 4) 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu (Ek5)
İlgili Kurumlar
Sosyal Güvenlik Kurumu
İlgili Kurumların Açıklamaları
Sosyal Güvenlik Kurumu Temsilcisinin Görüşü 4b statüsündekiler, kendi nam ve hesabına çalışan kişilerdir. Bu statüdeki kişi iş yerinde eleman çalıştırıyorsa işveren statüsüne geçmektedir ve çalıştırdığı elemanın sigorta maliyetlerini karşılamak zorundadır.
Çözüm Önerileri
1) Tarımsal faaliyetlerde hizmet akdiyle süresiz çalışanlar için geliştirilen Tarım Sigortası modeli deri giyim ve ayakkabı sektöründe de uygulanmalıdır. Üzerinde görüşülen ve planlanan bu model, sigorta ücreti günümüz koşullarına göre yeniden belirlenerek uygulanmalıdır. Tarım sigortası modelinde, isteğe bağlı bireysel sigortalılık esası bulunmaktadır. Bu kişiler, düzensiz olarak ve birden fazla işverene iş yaptıklarından her bir işveren tarafından sigorta primleri yatırılmak yerine, kendileri SGK'ya prim yatırmaktadırlar.
Benzer bir sistem yapılırsa parçabaşı çalışan işçiler de birden fazla işverenle esnek bir şekilde çalışabilecek; bu şekilde hem kayıt altına alınacak hem de sosyal güvenceye sahip olacaklardır. Bunun için daha önce bazı kamu kurumlarının da katkısıyla çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar sonuçlandırılmalıdır.

Sorun 4**Suriyeli göçmenlerin çalışma izni ile ilgili sorunlar****Açıklama**

Suriyeli göçmenler sektörde ucuza çalışan nitelikli iş gücü teşkil ettiklerinden bir fırsat olarak görülmektedir. Geçici Koruma Sağlanan Yabancıların Çalışma İzinlerine Dair Yönetmelik'in "İstihdam Kotası" başlıklı 8. maddesinde "(1)... çalışma iznine başvuru alan iş yerinde çalışan geçici koruma sağlanan yabancı sayısı, iş yerinde çalışan Türk vatandaşı sayısının yüzde onunu geçemez. (2) Toplam çalışan sayısı ondan az olan iş yerlerinde, en fazla bir geçici koruma sağlanan yabancıların çalışmasına izin verilebilir" hükmü, sektörde imalatla uğraşan esnaf ve sanatkâr iş yerlerinde istedikleri sayı kadar kalifiye ve ucuz yabancı iş gücünü istihdam etmelerini engellemektedir.

İlgili Mevzuat

- 4817 sayılı Yabancıların Çalışma İzinleri Hakkında Kanun
- 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu
- 15.01.2016 tarihli Geçici Koruma Sağlanan Yabancıların Çalışma İzinlerine Dair Yönetmelik
- 22.10.2014 tarihli Geçici Koruma Yönetmeliği

İlgili Kurumlar

- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (Çalışma Genel Müdürlüğü)
- İç İşleri Bakanlığı (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma Genel Müdürlüğü**

Geçici Koruma Sağlanan Yabancıların Çalışma İzinlerine Dair Yönetmelik öncesi ikamet izni olan Suriyelilerin çalışma hakkı bulunmaktaydı ve bu kapsamda 9346 Suriye vatandaşı çalışma izni verilmişti. Türkiye'de ikamet izni verilen Suriyelilerden %20'si NACE Kodları kapsamında tekstil, deri, iplik sektörlerinde çalışmaktadır. Sektörde çalışan Suriye vatandaşı sayısı 1744'tür. 15.01.2016 tarihine kadar geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin ise çalışma hakkı bulunmamaktaydı. Yönetmelik'in 8. maddesi ile %10 kota belirlenmiştir. Fakat 4 hafta içerisinde bir pozisyonu T.C. vatandaşı ile dolduramaz ise işveren bu kotadan muaf olarak Suriyeli çalıştırabilmektedir. Bu Yönetmelik e-devlet sistemi üzerinden yürütüleceği için öncelikle sistemin entegrasyonu sağlanmış, başvurular alınmaya başlanmıştır. Yapılan başvuru sayısı şu anda 100 civarındadır.

- **İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü**

6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu 91. maddesi geçici koruma hakkını tanımlamaktadır. Bu maddeye istinaden çıkarılan 22.10.2014 tarihli Geçici Koruma Yönetmeliği ile Türkiye'ye sığınan mültecilerin temel hizmetlerinden faydalanması sağlanmıştır. Hâlihazırda ülkemizde kayıtlı 2 milyon 750 bin Suriyeli bulunmaktadır. Bu kişilerin topluma entegre edilerek çalışma hayatına girmesi gerekmektedir.

Çözüm Önerileri

1) Hâlihazırda Suriyeli göçmenlerin durumları ile ilgili birçok kamu kurum ve kuruluşu ile sivil toplum örgütleri çalışma yapmaktadır. Hem iş dünyasını hem de sosyo-kültürel yapıyı ciddi şekilde etkilemesi beklenen göçmen konusu ile ilgili hem barışçıl bir ortamın sağlanması hem de toplumsal entegrasyonun gerçekleştirilmesi için uzun vadeli politikalar geliştirilmeli ve programlar hazırlanmalıdır.

2) Türkiye'de kayıtlı göçmenler olduğu kadar, kayıtlı olmayan da çok sayıda göçmen bulunmaktadır. Sağlıklı politikaların geliştirilebilmesi için göçmenler hızla kayıt altına alınmalı, demografik özellikleri belirlenmeli ve iş dünyası ile ilgili yapılacak düzenlemeler bu kriterlere göre düzenlenmelidir.

3) Kaçak olarak iş hayatına girmek zorunda kalan göçmenler oldukça sağlıksız koşullarda ve çok ucuza çalışmaktadır. Bu durumun engellenebilmesi için öncelikle çalışma izni konusu üzerinde durulmalı ve denetimler artırılmalıdır.

Sorun 5**Asgari ücrete uygulanan vergi ve sigorta prim kesintilerinin yüksek olması****Açıklama**

Asgari ücretli bir işçinin işverene maliyeti 2016 yılı için aylık 1.935,23 TL olmaktadır. Bu bağlamda işveren sosyal güvenlik primi olarak %15,5 (255,29 TL), işsizlik sigortası primi işveren payı olarak da %2'lik (32,94 TL) bir pay vermektedir. Bu primler esnafın maliyetini artırmakta ve rekabet gücünü zayıflatmaktadır. Bunu yanında asgari ücretlerden sigorta primi işçi payı, işsizlik sigortası primi işçi payı, gelir vergisi, damga vergisi gibi kesintiler yapılmakta, kesintilerin tutarı 346,01 TL'yi bulmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu (Madde 81)
- 01.08.2004 tarihli Asgari Ücret Yönetmeliği (Madde 6)

İlgili Kurumlar

- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (Çalışma Genel Müdürlüğü)
- Maliye Bakanlığı

Çözüm Önerileri

- 1) Asgari ücrete uygulanan işveren sigorta primleri (SGK primi işveren payı, işveren işsizlik sigortası vb.) düşürülmelidir.
- 2) Esnaf ve sanatkâr üzerindeki işçi maliyetlerinin azaltılması ve bu yolla istihdamın artırılarak kayıt dışı istihdam azaltılması için esnaf ve sanatkâra vergi muafiyeti sağlanmalıdır.

14.5. İşe Başlangıç Süreçleri ile ilgili Sorunlar**Sorun 1****İş yeri açma ve çalışma ruhsatları verilirken iş yeri açılacak bölgenin ekonomik olarak uygunluğunun aranmaması****Açıklama**

İş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilirken açılacak olan iş yerinin sadece sağlık, güvenlik, sosyal vb. yönlerden uygunluğunun denetlenmesi yeterli değildir. İşletmelerin açılacakları bölgede iş yapabilmelerinin ekonomik açıdan uygunluğunun da denetime ve planlamaya tabi olmaması, aşırı rekabeti ve işletmelerin bundan zarar görmesini beraberinde getirmektedir.

İlgili Mevzuat

- 5393 sayılı Belediye Kanunu (Madde 15)
- 3572 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanun
- 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik (Madde 12-13)

İlgili Kurumlar

- İçişleri Bakanlığı (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü)
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Türkiye Belediyeler Birliği Temsilcisinin Görüşü**
Belediyelerin bu konuda bir inisiyatif almasına yönelik bir mevzuat bulunmamaktadır. Ayrıca uygulanabilirlik anlamında da belediyelerin bu konuya müdahil olması pek mümkün görülmemektedir.
- **Keçiören Belediyesi Temsilcisinin Görüşü**
Esnaf iş yeri açılmasıyla ilgili hazırlıkları tamamladıktan sonra iş yeri açma ve çalışma ruhsatı için belediyelere gelmektedir. Talep edilen türde bir uygulama yapılabilmesi için belediyelerin iş yerlerinin açılış süreçlerinden daha önceki aşamalarda müdahil olması gerekmektedir.

• **İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

İş yerleri 02.11.1985 tarihli Planlı Alanlar İmar Yönetmeliğine uygun olarak açılmaktadır. Bu yönetmeliğe göre bölgeler, konut veya ticaret alanı olarak belirlenmiştir ve planlar yapılırken zaten vatandaşların ihtiyaçları göz önüne alınmaktadır. Kişiler bir iş yeri açmak istediklerinde risk hesaplarını yapmakta, piyasa kendi dengesini oluşturmakta ve iyi ticaret yapanlar kalıcı olabilmektedir. Bu şekilde piyasaya doğrudan müdahale etmek mümkün değildir.

• **Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 16. maddesi, Bakanlar Kurulunu "Bakanlığın üst meslek kuruluşlarının görüşlerini de alarak oluşturacağı teklifi üzerine, faaliyet konusu ve kollarına göre perakende işletmelerin açılış ve faaliyete geçişinde, işletme sayısı ve bunların birbirlerine yakınlığı, ulaşım imkânları, işletmelerin çevreye, altyapıya ve trafiğe getireceği yükler ile can ve mal güvenliği riski gibi ekonomik, sosyal, demografik ve çevresel faktörler açısından gözetilecek kriterleri belirleyerek, PERBİS iş yeri açma ve çalışma ruhsatı onay sürecine dâhil edilmek üzere belirlediği kriterleri Bakanlığa iletmeye ve bu hususlara ilişkin usul ve esasları yönetmelikle düzenlemeye" yetkili kılmaktadır.

Uluslararası literatüre Ekonomik Gereklilik Testi olarak giren bu öneriye, Dünya Ticaret Örgütü ve İkili Anlaşmalarda kısıtlayıcı düzenleme olduğu için sıcak bakılmamaktadır. Bu uygulama özellikle rekabet açısından olumsuz sonuçlar doğurma tehlikesi taşımaktadır. Bu sebeplerle ekonomik gereklilik testinin Türkiye'de hayata geçmesi zordur.

Çözüm Önerileri

1) Yeni iş yeri açılmasındaki zorluklar ve dikkat edilmesi gereken hususları içeren bilgilendirme materyalleri hazırlanarak esnaf bu konularda bilinçlendirilmelidir.

2) Meslek kuruluşları ve ilgili kamu kurumları tarafından fizibilite ve ekonomik yeterlilik konularında esnafa yönelik danışmanlık hizmeti verilmelidir.

Sorun 2

Belediyelerin geçici ruhsat vermesi

Açıklama

10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik gereği büyükşehir belediyeleri, belediyeler ve il özel idareleri iş yeri açma ve çalışma ruhsatı vermede yetkili idarelerdir. Bu idarelerden usulüne uygun olarak iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmadan iş yeri açılmamaktadır. Ancak bazı belediyeler geçici ruhsatlar kullanmaya başlamıştır. Her ne kadar iş yeri açılışlarını kolaylaştırmak üzere yapılıyor olsa da belediyelerin iş yerlerine geçici ruhsat vermesi, odalara ve esnaf siciline kayıt anlamında kayıt dışılığı artırmaktadır. Bu durum aynı zamanda bazı belediyelerin esnafa ruhsat vermeyip her yıl geçici ruhsat adı altında ek ücret talep etmesine sebep olmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 5393 sayılı Belediye Kanunu (Madde 12, 13)
- 3572 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanun
- 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik (Madde 33)

İlgili Kurumlar

- İçişleri Bakanlığı (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü)
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)

İlgili Kurumların Açıklamaları

• **İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in 33. maddesinde "iskele, istasyon, hava meydanı, terminal, garaj, benzin istasyonu ve benzeri yerler ile kara, deniz ve hava ulaşım merkezleri ile fuar, panayır, sergi ve pazar kurulması gibi zorunluluk arz eden yer ve zamanlarda, sabahçı kahvesi ve benzeri diğer tesislere, bağlı olduğu kolluk kuvvetinin görüşü alınmak suretiyle yetkili idare tarafından geçici veya sürekli izin verilebilir" hükmü yer almaktadır. Bu istisnai durum dışında "geçici ruhsat" diye bir açıklama mevzuatta bulunmamakta, belediyelere böyle bir yetki tanınmamaktadır. 2005 yılında yürürlüğe giren Yönetmelik öncesinde verilmiş ve yenilenmekte olan geçici ruhsatlar bulunabilmektedir.

Çözüm Önerileri

1) Belediyelerin geçici ruhsat vermesi engellenmeli ya da Yönetmelik'te kriterler belirlenerek belediyelerin o kriterlere uygun yerlere geçici ruhsat vermesi sağlanmalıdır.

Sorun 3**Ustalık belgesi ile ilgili belediyelerin farklı uygulamaları****Açıklama**

6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 19. maddesi ile değişikliğe uğrayan 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun 30. maddesi gereğince, ustalık belgesi gerektiren meslek kollarında faaliyette bulunan esnafın iş yeri açacakları zaman Millî Eğitim Bakanlığı tarafından düzenlenmiş ustalık belgesine sahip olması ya da bu belgeye sahip olanları iş yerinde çalıştırması gerekmektedir.

6585 sayılı Kanun öncesi belediyeler iş yeri ruhsatı verirken esnaftan ustalık belgesi talep etmekte fakat ticaret erbabından ustalık belgesi talep etmemekte idi. 6585 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesiyle, belediyeler tarafından iş yeri ruhsatı verilirken hem ticaret erbabından hem de esnaftan ustalık belgesi istenmesi zorunluluğu getirilmiştir.

Ancak bazı belediyeler hâlen eski uygulamayı devam ettirmekte, bazı belediyeler ise, ustalık belgesi gerektiren iş yeri açılışında ilgisinden ustalık belgesini (veya en az ilgili alanda ön lisans diplomasını) talep etmemektedir.

Ustalık ve eğitim gerektiren meslekler için iş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilmeden önce ustalık belgesi istenme şartı istisnasız olarak uygulanmalı, ticaret siciline kayıtlı kişiler bu zorunluluktan muaf tutulmamalıdır.

İlgili Mevzuat

- 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu (Madde 30)
- 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (Madde 19, 20)
- 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu (Madde 102)

İlgili Kurumlar

- İçişleri Bakanlığı (Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü)
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)

İlgili Kurumların Açıklamaları**• Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

Bu sorun 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile çözülmüştür. Bu Kanun ile, belediyelerden ruhsat alırken hem ticaret odasına hem de esnaf odasına kayıtlı olan ustalık belgesi kapsamındaki meslekleri icra eden tüm işletmelerden ustalık belgesi istenmesi zorunlu kılınmıştır. Diğer taraftan bazı belediyelerin eski uygulamayı devam ettirerek esnaftan ustalık belgesi isteyip ticari işletmelerden istemediklerine veya istenmemesi gereken hâllerde ustalık belgesi talep ettiklerine dair şikâyetler bulunmaktadır. Dolayısıyla burada uygulama sorunu yaşanmaktadır.

• Türkiye Belediyeler Birliği Temsilcisinin Görüşü

Adı anılan karışıklığın giderilmesi için Türkiye Belediyeler Birliği gerekli açıklamaları yapmış, görüş soran belediyelere de konu hakkında bilgi vermiştir. 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, farklı yoruma yer vermeyecek kadar açık bir şekilde bu durumu düzenlemektedir. 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu'nun 102. maddesi, odaya kayıt şartlarını düzenlemektedir. İş yeri açma ve çalışma ruhsatlarının mevzuatı farklıdır. Dolayısıyla, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu hükmünce kapsam dâhilinde bulunan meslekler için artık hem ticaret hem esnaf siciline kayıtlı olanlardan (ya da yanında çalıştırdıklarından) iş yeri açılışında ustalık belgesi istenmesi gerektiğine ilişkin açıklamalar yapılmıştır.

Fakat kafa karışıklığının hâlâ yaşandığı bilinmektedir ve bunun nedeni, 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun çıktıktan sonra 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'te henüz bir değişiklik yapılmamış olmasıdır. Yönetmelik ekindeki başvuru formunda ticaret siciline kayıtlı işletmelerden ustalık belgesi istenmeyeceğine dair parantez içinde bir açıklama bulunmaktaydı. Elbette normlar hiyerarşisine göre farklı hüküm olması durumunda kanun uygulanmalıdır. Fakat bu karışıklığın giderilmesi amacıyla yönetmelik değişikliği için İçişleri Bakanlığında çalışmalar an itibarıyla devam etmektedir. Bu değişiklik eylem planları kapsamında da yer almaktadır. Bu yönetmelik değişikliğinin gerçekleştirilmesinden sonra karışıklığın tamamen giderilmesi beklenmektedir.

Çözüm Önerileri

1) 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik ekindeki, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı başvuru/beyan formlarında doldurulması istenen “ustalık belge no” alanında “ticaret siciline kayıtlı olanlardan istenmez” ibaresinin kaldırılmasına yönelik değişiklik yapılmalıdır.

2) Belediyeler uygulamalarla ilgili daha etkin bir şekilde bilgilendirilmelidir.

14.6. Mesleki Eğitim ile ilgili Sorunlar**Sorun 1****Meslek liselerinin kapasite, alt yapı ve müfredatının yetersiz oluşu****Açıklama**

Meslek liselerinde bulunan makine ve ekipmanlar ile okutulan ders kitapları ve eğitim materyalleri güncel değildir. Bu eğitim kurumlarında gençleri yetiştirecek, mesleği bilen öğretmenlerin sayısı yetersiz kalmaktadır. Genel kültür derslerinin fazla olduğu bu okullarda mesleğe ilişkin teknik bilgi yeterli şekilde öğrencilere aktarılmadığı için, okullardan iyi şekilde yetişmiş öğrenciler çıkamamaktadır.

İlgili Mevzuat

- Meslek Liseleri 2015-2016 Çerçeve Öğretim Programı
- Mesleki Eğitim Kurulu Kararlarında düzenlenen, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'na Göre Çıraklık Eğitimi Uygulamaları Kapsamına Alınan, Alan ve Dal Adı Değişen Meslek Alan ve Dallarının Listeleri
- 03.07.2002 tarihli Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliği

İlgili Kurumlar

- Millî Eğitim Bakanlığı (Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları**• Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**

Mesleki ve teknik eğitim okullarında kullanılan müfredat, ulusal meslek standardı ve ulusal yeterlikler dikkate alınarak ve sektörün ihtiyaçları gözetilerek hazırlanmakta ve sık sık güncellenmektedir. Çerçeve programlar en son 2011 yılında Talim ve Terbiye Kurulu tarafından onaylanarak yürürlüğe girmiştir. Bunun akabinde, şu anda çalışılan 38 alanda müfredatlar yenilenmiştir.

Müfredat sürekli olarak yenilenmekte ve güncellenmektedir. Bu amaçla çalıştaylar düzenlenmekte, bu çalıştaylara hem sektör hem de üniversitelerden temsilcilerin katılımı sağlanmaktadır. Bu çalıştaylarda ve kurulan komisyonlarda yer alan temsilciler yalnızca Ankara'dan değil, Türkiye'nin çeşitli yerlerinden gelmektedir. Bu bağlamda müfredatın eskimiş olması, güncellenmemesi ve çağın gerisinde kalmış olması eleştirilerini kabul etmek mümkün değildir.

Bütün bu çalışmaların yanı sıra kullanılan müfredat ve modüller erişime açıktır. Bunlarla ilgili eğitimciler ve öğrencilerden sürekli olarak görüş, eleştiri ve geri bildirim alınmaktadır. Özellikle son yıllarda bu alanda daha büyük bir hareketlilik gözlemlenmektedir. 2014 yılında 22 alanda önemli derecede revizyon gerçekleştirilmiştir; bunlar taslak hâlinde Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığına sunulmayı beklemektedir. 2015 yılı içinde de 16 alan programı revize edilmiştir.

Okullarda öğretmenlerin yanında görev yapan usta öğreticiler bulunmaktadır. Dolayısıyla mesleğin içinden gelen, pratik yönü güçlü eğitimciler de sistem içinde yer almaktadır. Ancak unutulmaması gereken mesleki ve teknik eğitim okullarının amacının yalnızca bir meslek için eleman yetiştirmek olmadığıdır. Bu okulların amacı çeşitli meslekler hakkında eğitimi, aynı zamanda yüksek eğitime hazırlanan, sosyal bir birey olan öğrenciler yetiştirmektir. Dolayısıyla sadece bir ayakkabı tamircisi ya da üreticisi yetiştirilmemekte, modelistlik de öğretilmeye çalışılmakta, ayrıca öğrencilerin üniversiteye hazırlanması da sağlanmaktadır.

Çözüm Önerileri

1) Meslek liselerinde eğitim müfredatı ve ders kitapları, sektördeki odalardan görüş alınarak hazırlanmalıdır.

2) İlgili mesleklerdeki usta öğreticilerden meslek liselerinde pratik eğitimin yanı sıra teorik eğitimden de yararlanılmalıdır.

3) Meslek liselerinde teknik donanım güncel ve yeterli olmalıdır.

4) Mesleki eğitimde başarılı sistemlere sahip Almanya gibi ülkelerin teorik ve pratik mesleki eğitim uygulamaları incelenerek Türkiye’de uygulanabilecek iyi uygulamalar belirlenmelidir.

Sorun 2

Meslek liselerindeki staj saatlerinin yetersiz oluşu

Açıklama

Meslek liselerinin staj ve uygulamalı eğitim sistemleri iyi öğrenci yetiştirecek kapasitede değildir. Uygulamalı eğitim ve stajlar lisenin 2. yılında haftada 1 gün, 3. yılında haftada 2 gün ve son sınıfta haftada 3 gün ile sınırlıdır. Stajlar genel olarak verimsizdir ve bir mesleğin icrasını öğrenmekten çok sekreteryaya, ofis elemanı ve müstahdemlik şeklinde uygulanmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 03.07.2002 tarihli Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliği

İlgili Kurumlar

- Millî Eğitim Bakanlığı (Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

• Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü

Bu konuda iki farklı kategorideki uygulamadan bahsedilebilmektedir. Bunlar staj ve işletmede beceri eğitimidir. Öğrenciler 9. sınıfta genel bir programa kaydolmakta, 10. sınıftan itibaren Anadolu Meslek ve Anadolu Teknik olarak ikiye ayrılmaktadırlar. Anadolu Meslek programı daha çok, orta öğretimden çıkışta istihdama yönelik bir eğitim verirken; Anadolu Teknik programı yükseköğretime devam edecek öğrenciye yönelik eğitim vermektedir. Anadolu Meslek programında olan öğrenciler 10. ve 11. sınıfta hep okulda kalmakta; 12. sınıfta haftanın iki günü okulda, üç günü işletmede geçirmek üzere beceri eğitimine gitmektedirler. 10. ve 11. sınıflarda öğrencilerin programlarında yine uygulamalı dersleri bulunmaktadır; ancak bu dersleri bir işletmede değil, okulda almaktadırlar. Bu derslerin işletmelerde (okul dışında) yapılmasının önünde engel bulunmamakta, sadece okul ile ilgili işletme arasında bir protokol yapılması gerekmektedir.

İşletmede beceri eğitiminin toplam süresi yıl bazında 108 saate denk gelmektedir. Bu eğitimi alırken işletmelere gidip çalıştıkları için öğrenciler bir ücret almaktadır. Bu ücretin asgari ücretin %30’undan az olmaması gerekmektedir (Çalışan eleman sayısına göre bu oran %15 de olabilmektedir). Belli bir eğitim programı dâhilinde gittikleri için “ne iş olursa onu yapmaları” değil, teorik bilgilerini uygulamalı olarak beceriye dönüştürme üzerine bir programı takip etmeleri gerekmektedir. İşletmedeki bir eğitim görevlisi, ilgili modülün takip edilmesini sağlamaktadır.

Bu uygulamada sorunlar olduğu Genel Müdürlük tarafından da bilinmektedir. Burada en büyük sorun işletmelerden kaynaklanmakta, işletmeler eğitim programına uymak yerine öğrencileri kendilerinin ihtiyaçlarına göre çalıştırabilmektedir. Bu büyük sorunu gidermek için yoğun şekilde çalışmalar yürütülmektedir. Bu sorunu çözebilme için 7 ilde çalıştay düzenlenmiş ayrıca öğrencilere işletme tarafından ödenen ücretin bir kısmının (işletmede çalışan kişi sayısına göre belirlenmek üzere) devlet tarafından ödenmesine yönelik çalışma yapılmıştır. Bu çalışma Millî Eğitim Bakanlığı tarafından İŞKUR ve ilgili diğer kurumlar arasında iş birliği içinde sürdürülmektedir. Bu çalışmanın yakın zamanda uygulamaya geçmesi beklenmektedir.

Anadolu Teknik programındaki öğrenciler daha çok yükseköğretime yönelik yetiştirilmektedir. Bu öğrenciler dört yıl boyunca eğitimlerini okullarında tamamlamakta, yalnızca yaz aylarında ve sömestre tatillerinde staj yapmaktadırlar. 4 senelik programları dâhilinde tamamlamaları gereken staj süresi 40 iş günüdür. Stajı 10. sınıftan itibaren istedikleri zaman yapabilmektedirler. Bunun dışında meslek dersleri buradaki öğrenciler için de vardır ve bunların atölyelerde verilen uygulamalı dersleri bulunmaktadır.

Çözüm Önerileri

1) Genel kültür derslerinden ziyade uygulama dersleri, Anadolu Teknik okullarında staj, Anadolu meslek okullarında ise işletme becerisi eğitimleri daha ağırlıklı olmalıdır.

2) Stajlar ve işletme becerileri eğitimlerine, programların belli olmasından itibaren başlanmalı, saatleri artırılmalıdır.
3) Hâlihazırda mesleğini icra eden meslek erbabından, eğitici olarak faydalanılması yönünde çalışma yapılmalıdır.
4) Staj ve işletmede beceri uygulama programlarının verimli ve amacına uygun bir şekilde gerçekleştirildiği daha etkin bir şekilde denetlenmelidir.
Sorun 3 Çıraklığa başlama yaşının çok geç olması
Açıklama Zorunlu eğitimin 8 yıldan 12 yıla çıkarılmış olması, çıraklığa başlama yaşını çok daha ileriye atmıştır. Çocukların zanaatı daha küçük yaşta öğrenmeleri gerektiğinden, bu durum nitelikli eleman yetiştirilmesinde ciddi sorunlara sebep olmaktadır.
İlgili Mevzuat • 6287 sayılı İlköğretim ve Eğitim Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun • 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu (Madde 10) • 03.07.2002 tarihli Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliği
İlgili Kurumlar • Millî Eğitim Bakanlığı (Temel Eğitim Genel Müdürlüğü)
İlgili Kurumların Açıklamaları • Millî Eğitim Bakanlığı Orta Öğretim Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü Zorunlu eğitimin kademeli olarak 12 yıla çıkarılması 6287 sayılı İlköğretim ve Eğitim Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile gerçekleştirilmiş, 01.04.2012 tarihinden itibaren uygulanmaya başlamıştır. Bu durum çıraklık açısından bir sorun olarak dile getirilse de, bunu bir fırsat olarak görmek ya da bir fırsata dönüştürmek de mümkündür. 2016 yılı içinde çıraklık eğitimi altyapısının güçlendirilmesinin hedeflendiği bildirilmiştir. Şu anda Meclis'te bulunan Kanun Tasarısı'nın bir parçası olarak çıraklık eğitimi de zorunlu eğitime dâhil edilmektedir. Tasarının kanunlaşması durumunda çıraklık eğitimi, üçüncü 4 yıl kapsamına alınabilecektir. Çıraklık eğitimini seçmiş olan öğrencilerin de yükseköğretim yollarını kapatmaksızın gerekli düzenlemelerin yapılması öngörülmektedir. Bu bağlamda uygulama ve bu eğitimin nasıl yapılacağıyla ilgili detaylı çalışmalar yapılacaktır. • Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü Çıraklıkla ilgili yaşanan en büyük sıkıntı, son çıkan zorunlu eğitim sisteminde son 4 yıllık dönemin tanımlanmamış olmasıydı. Millî Eğitim Bakanlığı bu durumu baypas ederek çırakları açık liseye yönlendirmek suretiyle; zorunlu eğitimin son 4 yılının, bu şekilde, çıraklıkla beraber yürütülmesini sağlamış durumdadır. Meclis gündeminde olan tasarı ile bu durum resmî olarak ortadan kalkabilecek ve çıraklık eğitimi zorunlu öğretim kapsamına alınacaktır.
Çözüm Önerileri 1) Çıraklık eğitimi de zorunlu eğitime dâhil edilmeli, Kanun değişikliği ile çıraklık eğitimi üçüncü 4 yıl kapsamına alınmalıdır. 2) Zorunlu ikinci 4 yılda başlanılan teorik dersler kadar, uygulamalı derslere de ağırlık verilen meslek liseleri benzeri meslek ortaokulları kurulmalıdır.

Sorun 4

Halk eğitim merkezleri tarafından verilen eğitimlerin kısa olması nedeniyle alınan Katılım Belgelerinin mesleki yeterliliği yansıtmaması

Açıklama

Eskiden çalışarak tecrübe kazanan esnaf “alaylı” kelimesiyle tabir edilen, çıraklık, kalfalık, ustalık aşamalarından geçen kişilerden oluşmaktaydı. Yeni nesil trikotajcı ve işlemeciler ise meslek lisesi mezunları ile halk eğitim merkezlerinden kurs bitirme belgesi alan kişilerden oluşmaktadır.

Halk eğitim merkezlerinde verilen eğitimlerin kısa süreli ve eğitmenlerinin yetersiz olması verilen eğitimlerin kalitesini etkilemekte, kişilerin gerçek yeterliliğini yansıtmamaktadır.

İlgili Mevzuat

- 21.05.2010 tarihli Millî Eğitim Bakanlığı Yaygın Eğitim Kurumları Yönetmeliği (Madde 21, 22, 67)
- 20.09.2008 tarihli Mesleki Teknik Eğitim Yönetmeliği (Madde 242)

İlgili Kurumlar

- Millî Eğitim Bakanlığı (Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**
Mesleki Yeterlik Kurumu ustalık belgesi, lise diploması ve Mesleki Yeterlik Kurumu Belgesini tanımaktadır. Halk eğitimi merkezlerinden alınan kurs belgelerinin, çıraklık sistemine denklik işlemleri, 20.09.2008 tarihli Mesleki Teknik Eğitim Yönetmeliği'nin 242. maddesine göre kursların süreleri dikkate alınarak yapılmaktadır.

Çözüm Önerileri

1) Halk eğitim merkezleri tarafından verilen kursların içerikleri yeniden düzenlemelidir. Örneğin yorgancılık mesleğinde çatma, teğelleme ve desinatörlük sadece teori olarak değil, uygulama olarak da detaylı bir şekilde öğretmelidirler.

Sorun 5

Meslek liselerinde işlemecilik, nakışçılık gibi bölümlerinin bulunmaması

Açıklama

Meslek liselerinde işlemecilik, nakışçılık gibi bölümlerin bulunmaması sebebiyle bu mesleklerde eğitimli ve donanımlı eleman bulunmasında güçlük çekilmektedir.

İlgili Mevzuat

- Mesleki Eğitim Kurulu Kararlarında, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanununa Göre Çıraklık Eğitimi Uygulamaları Kapsamına Alınan, Alan ve Dal Adı Değişen Meslek Alan ve Dallarının Listeleri
- 03.07.2002 tarihli Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliği

İlgili Kurumlar

- Millî Eğitim Bakanlığı (Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**
Okullarda 4. seviye meslek elemanı yetiştirilmektedir. Okullarda tek bir mesleğin öğretilmesinden ziyade birkaç meslekle ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılması söz konusudur. Burada meslek alanı en genişten en dar olana, yani en fazla uzmanlık gerektirene doğru bir sıralama bulunmaktadır. Bu sorunda dile getirilmiş olan nakışçılık ve işlemecilik birer alan değildir. Bunlar tanımlanmış olan alanın altındaki dar meslek kategorileridir. Alan olarak “el sanatları teknolojileri” bulunmaktadır. Bunun altında ise ev tekstili, el becerileri, vb. konulara yönelik eğitim verilmektedir.

Mevcut sistem içinde bir alan olarak ya da ders olarak bulunmayan bir konu varsa ya da ortaya çıkarsa, bu konular müfredat ve modüllere dâhil edilmektedir. Bakanlık, bu alanda talep ve tekliflere açıktır. Bunlar sektörden gelebileceği gibi, başka kişi ya da kurumlardan da gelebilmektedir.

Çözüm Önerileri

1) Meslek liselerinin alt yapısı güçlendirilmeli ve yeni programlar açılarak öğrenciler özendirilmelidir.

Sorun 6**Yıllardır mesleklerini icra eden kişilerden ustalık belgesi istenmesi ve sınavlara tabi tutulmaları****Açıklama**

Ustalık belgesi almak oldukça uzun ve zahmetli bir süreç olduğu için önemli bir sorun hâline gelmiştir. Belgeyi alabilmek, ilkokul mezunu olanlar için 11 yıla kadar çıkabilmektedir. Ayrıca sigortalı çalışmış olmak gerekmektedir. Kendi alanlarında 10-15 yıl çalışmış ve oldukça deneyim kazanmış ustalar, ustalık belgesi alabilmek için kendi alanlarından bağımsız konuları da içeren sınavlara girmek zorunda kalmaktadırlar. Aktif olarak çalışan ustaların kurslara gitmeleri oldukça zor olmaktadır.

Ustalık belgeleri geçmişte esnaf ve sanatkâr odaları birlikleri tarafından verilirken, bu belgeler Millî Eğitim Bakanlığı tarafından verilmeye başlanmıştır. Bu değişiklik yapıldığında, eski ustaların belgeleri değişmemiş, onlar bu değişiklikten faydalanamamışlardır. Bu ustaların Birliklerden aldıkları belgeleri olmasına rağmen, bunlar geçersizdir. Bu kişilerin tekrar sınavlara girip belge alması çok zordur. Bu, özellikle orta yaşın üstünde çok sayıda ustası olan ayakkabıcılık mesleğinin önemli bir sorunudur. 15 yıl oda kaydı olanlara odaların kefil olması karşılığında belge verilmesi önerisi getirilmiş; konu ilgili kurumlara iletilmiş, ancak henüz bu konuda bir dönüş olmamıştır.

Ayrıca, terzilik konusunda yeterince usta olmayan kişilerin hazırladığı teknik sorular, ustalar tarafından eleştirilmektedir.

İlgili Mevzuat

- 03.07.2002 tarihli Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliği (Madde 231)
- 20.09.2008 tarihli Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik

İlgili Kurumlar

- Millî Eğitim Bakanlığı (Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**
Millî Eğitim Bakanlığı ile Mesleki Yeterlilik Kurumu, önceki öğrenimlerin tamamlanmasına yönelik bir proje yürütmektedir. Bu projeye göre, kişilerin bizzat ilgili eğitimleri almaları gerekmeyecek, sınavlarda başarılı olmaları yeterli olacak ve eğitim süresine bakılmaksızın belgeleri verilecektir. Bu projenin altyapısı tamamlanmıştır ve yakın bir zamanda uygulanmaya geçecektir.

Çözüm Önerileri

- 1) Sektörde belli bir süre (10-15 yıl) çalışanların ustalık belgesini kolay alabilmeleri için gerekli yasal düzenlemeler yapılmalıdır.
- 2) Millî Eğitim Bakanlığı ile Mesleki Yeterlilik Kurumunun birlikte yürüttüğü önceki öğrenimlerin tamamlanması projesi, ivedilikle sonuçlandırılarak uygulamaya geçilmelidir.
- 3) Geçmiş yıllarda (örneğin 2003-2005 arasında) olduğu gibi bir af çıkartılarak tek sınavla bu kişilere ustalık belgesi verilmelidir. Yapılacak sınavların içeriği Millî Bakanlığının ilgili birimleri ile ilgili meslek kuruluşu temsilcilerinden istişare içinde belirlenmelidir.

Sorun 7**Tuhafiyecilik gibi satış odaklı mesleklerde ustalık belgesi istenmesi****Açıklama**

Yalnızca alım-satım yapan tuhafiyecilerden, hediyelik ve çeyizlik eşya satışı yapanlardan belediyeler iş yeri açma ve çalışma ruhsatı vermeden önce ustalık belgesi sorgulaması yapmaktadırlar. Ancak, bu kişiler imalat yapmadıklarından, kendilerinden ustalık belgesi istenmesi gerekli değildir.

İlgili Mevzuat
- Mesleki Eğitim Kurulu Kararlarında düzenlenen, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'na Göre Çıraklık - Eğitimi Uygulamaları Kapsamına Alınan, Alan ve Dal Adı Değişen Meslek Alan ve Dallarının Listeleri 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu
İlgili Kurumlar
Millî Eğitim Bakanlığı (Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü)
İlgili Kurumların Açıklamaları
Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü Tuhafiyecilikte değil, giyim ve giyim aksesuarları satış elemanlığında ustalık belgesi istenilmektedir. 24. Mesleki Eğitim Kurulunda 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'na göre çıraklık uygulamaları kapsamına alınan alanlardan birisi de satış elemanlığıdır.
Çözüm Önerileri
1) Yalnızca alım-satım yapılan ve ustalık gerektirmeyen mesleklerden ustalık belgesi istenilmemelidir. Bu bağlamda 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun kapsam dâhilinde tanımladığı satış elemanlığı mesleği mevzuat değişikliği ile kapsam dışına alınmalıdır.

14.7. Mesleki Örgütlenme ile İlgili Sorunlar

Sorun 1 Esnafın meslek odalarına kayıt yaptırmaması (Kayıtdışılık)
Açıklama
Vergi kaydı yaptıran esnafın bazıları odalara kayıt yaptırmamaktadır. Bu durum, her ne kadar vergi kaydı yapılmış olsa da, oda kaydı yapılmadığından odalar için bir kayıt dışılık göstergesi olarak tanımlanmakta ve odalar için ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Her ne kadar 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu sicil kaydı ile birlikte oda üyeliğini zorunlu kılssa da, pratikte vergi kaydını yaptırıp odaya kayıt yaptırmayan esnaf üzerinde odaların resen kayıt ve cezai bir yetkisi bulunmamaktadır. Bu durum, odaların daha az üye toplamalarına neden olduğu için hem etkinlik kaybına yol açmakta hem de odaların gelirlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sistemsel ve denetimle ilgili bir boşluk ve büyük bir sorundur.
İlgili Mevzuat
5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu (Madde 6, 67) 16.09.2005 tarihli Esnaf ve Sanatkar Sicili Yönetmeliği (Madde 23)
İlgili Kurumlar
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü)
İlgili Kurumların Açıklamaları
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü Sicil kayıtlarında kaydın tesis edilebilmesi için her ne kadar ilgilinin talebi gerekse de, gerek 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 67. maddesinde, gerekse 16.09.2005 tarihli Esnaf ve Sanatkar Sicili Yönetmeliği'nin 23. maddesinde sicil müdürlüğünün; sicile kayıtlı olmayan kişilerin tescile davet edilebileceği, buna uymayanlara ilişkin para cezası uygulayabileceği, ayrıca söz konusu yükümlülüğü yerine getirmeyenlerin ruhsat vermekle yetkili ilgili kurum ve kuruluşlara bildirebileceği düzenlenmiştir. Dolayısıyla, sicil kaydı tesis ettirmeyenler için, oda tarafından olmasa da sicil tarafından bazı yaptırımlar uygulanabilmektedir. Esnaf ve sanatkarların oda kayıtlarıyla ilgili kayıt dışılık sorun teşkil etmekle birlikte, sorunun her yönüyle ortaya konması özellikle oda kaydının sicil kaydı ile birlikte ele alınması, kayıt dışılığa ilişkin sayısal verilerin elde edilmesi, kayıt dışılığa yönelik var olan yaptırımların uygulanıp uygulanmadığının ölçülmesi, uygulananların etkilerinin değerlendirilmesi ve gerekiyor ise mevzuata yönelik somut ve uygulanabilir çözümler üretilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Çözüm Önerileri

- 1) Kayıt yaptırmayanlara karşı yaptırım ve ceza yetkisi meslek odalarına verilmelidir.
- 2) Meslek odalarına resen kayıt yapma yetkisi verilmelidir.
- 3) Meslek odalarına kayıt yaptırmayanların mesleği icra etmelerini engelleme yetkisi verilmelidir.
- 4) İşe başlangıç süreçleri değiştirilmeli; vergi kaydı mükellefiyeti kaydı, sicil ve oda kaydına bağlı olmalıdır.

Sorun 2**Esnaf tanımının yeniden yapılması ihtiyacı****Açıklama**

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3. maddesinde yer alan esnaf tanımı günümüz şartlarına uymamakta, esnafı tanımlamakta ve ayırtırmakta yetersiz kalmaktadır. Söz konusu Kanun'da esnaf "ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseleri" tanımlamaktadır. Bu tanım esnaf ve sanatkar ile tacir ve sanayici ayrımı ciro esasına dayandırılmakta, sınırları belli olmayan bu uygulama, bunların birbirine karıştırılmasına sebep olmaktadır. Esnaf ve sanatkar arasında da bir ayrım bulunmamakta, bu durum sorunlara sebep olmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu (Madde 3)
- 213 sayılı Vergi Usul Kanunu (Madde 177)
- 21.07.2007 tarihli Esnaf ve Sanatkar ile Tacir ve Sanayicinin Ayrımına İlişkin Karar

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü)
- Maliye Bakanlığı

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü**
Esnaf ve sanatkar ile tacir ve sanayici, esas olarak 21.07.2007 tarihli Esnaf ve Sanatkar ile Tacir ve Sanayicinin Ayrımına İlişkin Karar ile 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'na atıf yapılmak suretiyle net olarak birbirinden ayrılmıştır. Ancak, esnaf ve sanatkar tanımında var olan "bedenî çalışma" kriteri, tanıma muğlaklık katmaktadır. Her ne kadar esnaf ve tacir kesimi tespit edilen hadler itibarıyla birbirinden ayrılmışsa da, ilk işe başlamada bir kişinin esnaf mı yoksa tacir mi olduğunun tespiti, sorunlara sebep olmaktadır.

Çözüm Önerileri

- 1) Esnaf tanımı farklı mevzuat ve kurumlar tarafından farklı şekillerde yapılmaktadır. Ancak tüm kurumların kullanacağı ortak bir tanımın yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu tanımın yapılması sürecinde, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, KOSGEB vb. ilgili kurumların ve meslek kuruluşları temsilcilerinin katılımı sağlanmalıdır.
- 2) 5362 sayılı Kanun'da esnaf ve sanatkar birlikte tanımlanmakta, bu durum uygulamada bazı sorunlara sebep olmaktadır. Bu sebeple, esnaf ve sanatkar tanımları arasında da ayrım yapılmalı, sanatkarları esnaftan ayıran özellikler belirlenmelidir.

Sorun 3**Sicil kayıt harçlarının yüksekliği****Açıklama**

Sicil kayıt harçları ile ilgili esaslar, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 6. ve 69. maddeleri ile 16.08.2005 tarihli Sicil Yönetmeliği hükümleri çerçevesinde yürütülmektedir. Kanun'un ilgili maddesine göre sicil kayıt ücreti, asgari ücretin onda birinden az, yarısından fazla olamamaktadır.

Bu harçlar, iş yerinin bulunduğu il ve ilçeye ayrıca iş yerinin dâhil olduğu sınıfa göre değişmektedir. Bu harçlar, esnaf ve sanatkârlar tarafından yüksek bulunmaktadır. Bu harçlar 2016 tarifeleriyle, işletmenin nerede bulunduğu ve sınıfına göre 217 TL ile 623 TL arasında değişmektedir.

İlgili Mevzuat

- 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu (Madde 6, 69)
- 16.09.2005 tarihli Esnaf ve Sanatkâr Sicil Yönetmeliği (Madde 21)

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü)

Çözüm Önerileri

- 1) Sicil kayıt harçları düşürülmelidir.

Sorun 4

NACE kodlamasından kaynaklı sorunlar

Açıklama

Esnaf ve sanatkâr meslek kodlarının NACE ile eşleştirilmesi çalışmaları esnasında meslek kollarının yanlış sınıflandırılması sorunu ile karşı karşıya kalınmıştır. Esnafın ekonomik faaliyet kodu vergi kaydı açılışında, ilgili odası ise sicil müdürlüklerinde belirlenmektedir. İlgili odanın belirlenmesi süresince yanlışlıklar olabilmekte, esnaf kendisi ile ilgili olmayan odalara üye yapılabilmektedir. Her ne kadar bu durumlar için bir itiraz mekanizması bulunsu da, bu mekanizma da yeterince etkin bir şekilde işlememektedir.

İlgili Mevzuat

- Avrupa Birliği Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE)

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü)
- Maliye Bakanlığı

Çözüm Önerileri

- 1) NACE meslek kolları ve ekonomik faaliyet kodları yeniden düzenlenmeli, bu kapsamda Maliye Bakanlığı ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen NACE-meslek kolları uyumlaştırma çalışmaları hızlandırılmalı ve ivedilikle sonuçlandırılmalıdır.¹⁶⁰
- 2) Sistemde oluşabilecek aksaklık ve hataların giderilmesi için itiraz mekanizmaları işlevsel hâle getirilmelidir.

Sorun 5

Oda yapılanmasından kaynaklı sorunlar

Açıklama

Aynı bölgede birbirine benzer odaların bulunması hem odaların birbiriyle çekişmesine, hem de her bir odaya düşen üye sayısının az olmasına sebep olmaktadır. Bu durum, odaların gücünü zayıflatmakta, etkinliğini azaltmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu

¹⁶⁰ 21.05.2016 tarih ve 29718 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Esnaf ve Sanatkar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunun 2 No’lu Kararı ile mesleklere ilişkin NACE Rev.2 Ekonomik Faaliyet Kodlarını belirleme yetkisi Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğüne verilmiştir. Karar ile mesleklere uygun Ekonomik Faaliyet Kodlarının belirlenmesi amacıyla 6 aylık geçiş süresi tanınmış olup söz konusu eşleştirme çalışması 21.11.2016 tarihi itibarıyla tamamlanmıştır.

İlgili Kurumlar
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü)
İlgili Kurumların Açıklamaları
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Etnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Etnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü tarafından Etnaf ve Sanatkarlara Sunulan Hizmetlerinin Etkinlik ve Verimliliğinin Artırılması Projesi (ESHEP) yürütölmektedir. 2016 yılında tamamlanması planlanan Proje, etnaf ve sanatkarın yapılanması ile ilgili sorunların çözölməsi için model önerilerinin geliştirilmesi ve sonrasında mesleki yapılanma ile ilgili sorunların çözümüne yönelik adım atılması beklenmektedir. Bu proje ile etnaf ve sanatkarlara hizmet sunan kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ile Etnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğünün faaliyetlerinde etkinlik, verimlilik ve ekonomikliğin artırılması; etnaf ve sanatkarların beklentilerini karşılayacak hizmet çeşitleri ve bu hizmetlerin nasıl sunulacağını belirlenmesi; bu meslek kuruluşlarına üyelik ve sicil kayıt işlemlerinin nasıl olması gerektiğinin tespit edilmesi ve tüm bu hususlara ilişkin yol haritasının çizilmesi amaçlanmaktadır.
Çözüm Önerileri
1) Etnaf ve Sanatkarlara Sunulan Hizmetlerinin Etkinlik ve Verimliliğinin Artırılması Projesi ile meslek odalarının yapısal sorunları belirlenmeli ve Türkiye şartlarına ve ekonomik yapısına uygun bir şekilde oda yapılanması revize edilmelidir.
Sorun 6 Karma odaların yapılanması gereğı, birbiriyle alakasız mesleklerin bir arada temsil edilmesinden kaynaklanan sorunlar
Açıklama
5362 sayılı Etnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3. maddesinde karma odalar, ihtisas odası kurabilecek sayıya ulaşamayan değışik mesleklerdeki etnaf ve sanatkarların bir araya gelerek kuracakları odalar olarak tanımlanmaktadır. Her ne kadar 08.01.2008 tarihli Karma Etnaf ve Sanatkarlar Odalarında Kurulacak Meslek Komiteleri Hakkında Yönetmelik, karma odalarda, mesleklerin komiteler altında toplanmasına imkân sağlasa da odaya kayıtlı çok ilgisiz mesleklerden kişilerin bulunması işleyişte sıkıntılara sebep olmaktadır. Mevcut durumda, bazı karma odalarda manavlık, marangozluk, kasaplık ve taksicilik gibi birbiriyle ilgisiz meslekleri yapanlar aynı odada bulunabilmektedir.
İlgili Mevzuat
5362 sayılı Etnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu (Madde 3, 6) 08.01.2008 tarihli Karma Etnaf ve Sanatkarlar Odalarında Kurulacak Meslek Komiteleri Hakkında Yönetmelik 16.09.2005 tarihli Etnaf ve Sanatkar Sicil Yönetmeliğı
İlgili Kurumlar
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Etnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü)
Çözüm Önerileri
1) Mevzuat değıştirilerek etnafın kayıt olacağı oda sıralaması yeniden düzenlenmeli, etnafın öncelikle kendi mesleğıyle ilgili ihtisas odasına, ihtisas odası yoksa mesleğı ile ilgili en yakın odaya, o da yoksa karma odaya kayıt yaptırmaları sağlanmalıdır.

14.8. İş Sağlığı ve Güvenliği ile İlgili Sorunlar

Sorun 1 İş Sağlığı ve Güvenliği mevzuatından kaynaklanan sıkıntılar
Açıklama 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nda önemli bir konuma getirilmiş olan iş güvenliği uzmanları, hizmet sundukları işletme faaliyetinin risk grubuna/tehlike sınıfına göre aylık 200-500 TL aralığında bir maliyet kalemi teşkil etmelerine rağmen bilgi ve tecrübe konusunda yetersiz kalmaktadır. Ayrıca Ortak Sağlık ve Güvenlik Birimleri (OSG) yeterli derecede hizmet vermemekte; çoğu gereklilik, yalnızca kağıt üzerinde imzalar atılarak karşılanmaktadır.
İlgili Mevzuat 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu (Madde 8)
İlgili Kurumlar Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü)
İlgili Kurumların Açıklamaları Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu 2012 yılında yürürlüğe girmiş olup kamu ve özel sektörü ayırmaksızın tüm işletme ve kurumları kapsamaktadır. Kanun'un sağlıklı bir şekilde uygulanması için çalışan sayısı 10'dan az olan tehlikeli ve çok tehlikeli iş yerlerine teşvik verilmektedir. Ayrıca, SGK ile birlikte sigorta prim ödemeleriyle ilgili düzenlemeler yapılmaya devam edilmektedir. 6331 sayılı Kanun'un yayınlanmasından sonra Bakanlık tarafından 33 yönetmelik ve 5 tebliği kapsayan bir çalışma yürütülmüştür. Bu mevzuatı uygulamaya yönelik 90 bini aşkın iş sağlığı güvenliği uzmanı ve iş yeri hekimi yetiştirilmiştir. Bunların %80'lik kısmı ortak sağlık ve güvenlik birimlerinde (OSG) çalışmaktadır. OSG'ler, Bakanlık tarafından görevlendirilmiş ve Bakanlık eliyle iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerini iş yerlerine sunacak Bakanlık gözetimindeki ortak birimlere denilmektedir. Bakanlık tarafından 2014 yılında OSG Hizmet Standartlarının iyileştirilmesi Projesi başlatılmıştır. Bu proje 8 pilot ilde (Adana, Afyon, Ankara, Elazığ, Eskişehir, İstanbul, Kayseri ve Muğla) yürütülmektedir. Bu iller OSG'lerin en çok bulunduğu ve Türkiye profilini en iyi temsil edeceği düşünülen illerdir. Projenin amacı daha çok çalışana ulaşmak ve ortak bir hizmet standardı geliştirmektir. Bu proje 2015-2017 yılları arasında yürürlükte olacak, 2017 yılından sonra ise hem sektörler hem de iller genişletilerek proje devam edecektir.
Çözüm Önerileri
1) İş sağlığı ve güvenliği mevzuatı yeniden düzenlenmeli ve daha uygulanabilir bir hâle getirilmelidir.
2) Kanun'un uygulamasında ihtiyaç duyulan uzmanların yetiştirilmesine daha fazla önem verilmeli, yetersiz olduğu hâlde sadece sertifika alarak iş güvenliği uzmanı olunması engellenmelidir.
3) İş güvenliği uzmanı belgesi alan herkes, herhangi bir sektördeki firmada görev yapabilmektedir. Fakat bu konu uzmanlık gerektirmektedir. Tekstil mühendisi tekstil sektörünü, gıda mühendisi gıda sektörünü, deri mühendisi deri sektörünü denetlemeye yetkili olmalı, diğer alanlarda denetim yapamamalıdır.
4) Kanun'un esnaf ve sanatkar üzerine getirdiği maddi külfet hafifletilmeli, esnaf ve sanatkâra maliyetler konusunda destek olunmalıdır.

Sorun 2**İş Sağlığı ve Güvenliği mevzuatındaki meslek sınıflandırılması****Açıklama**

26.12.2012 tarihli İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği'nde meslekler “çok tehlikeli”, “tehlikeli” ve “az tehlikeli” olarak sınıflandırılmakta ve bu sınıflandırmalara göre mesleklerin her birine farklı yükümlülükler getirilmektedir. İlgili Tebliğ ekli listesinde 13.92.02 NACE kodu ile “Yorgan, kuştüyü yorgan, minder, puf, yastık, halı yastık, uyku tulumu ve benzerlerinin imalatı” tehlikeli meslek sınıfında yer almaktadır.

İlgili Mevzuat

- 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu (Madde 9)
- 26.12.2012 tarihli İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği (Ek 1)
- 29.03.2013 tarihli İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Ek 1)

İlgili Kurumlar

- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü**
Bakanlık, tehlike sınıflarını NACE kodlarına göre belirlemekte; işletmenin teknoloji düzeyi o mesleğin tehlike grubunu etkilememektedir. İşkolunun hangi sınıfa dâhil edileceğine İş Sağlığı ve Güvenliği Tehlike Sınıflarının Tespiti Komisyonunda karar verilmektedir. Sınıflandırma ile ilgili itiraz başvuru formları, özellikle TESK ve TOBB gibi meslek kuruluşlarında mevcuttur. İtiraz talepleri, Genel Müdürlüğe gelmekte ve itirazlar Tespit Komisyonunda değerlendirilmektedir. Bu toplantılarda başvuran kişinin bilimsel sunumu dinlenmekte ve uygun görülürse meslek kolunun tehlike sınıfı değiştirilebilmektedir.

Çözüm Önerileri

1) Mevzuat kapsamında işlerin ne kadar tehlikeli olduğuna göre yapılan sınıflandırma, meslek kuruluşlarının görüşleri alınarak yeniden düzenlenmelidir.

2) Yorgancılık mesleği “tehlikeli” sınıftan çıkarılıp “az tehlikeli” sınıfa alınmalıdır.

14.9. Maliyetler ile İlgili Sorunlar**Sorun 1****PTT Kargolarının kilo ile değil hacim olarak hesaplanması****Açıklama**

PTT Kargo ve Kurye Gönderileri Hakkında Yönetmelik ile eskiden kilo üzerinden yapılan fiyatlandırma artık “desi”yi (hacmi) de kapsamaktadır. Bu durum, bazı üreticilerin mallarını yollama maliyetlerini %200-%300 oranında artırmıştır.

İlgili Mevzuat

- 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu (Madde 17, 31)
- PTT Kargo ve Kurye Gönderileri Hakkında Yönetmelik (Madde 8 ve 30)
- Karayolu Taşıma Yönetmeliği (Madde 57)

İlgili Kurumlar

- Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (PTT Genel Müdürlüğü)

İlgili Kurumların Açıklamaları

- **Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü (PTT) Temsilcisinin Görüşü**

Kargo sektöründe tüm hizmet sağlayıcılar, ağırlık ve desî üzerinde fiyatlandırma yapmaktadırlar. Örneğin bir yorgan 100 desî üzerindedir, ama 10kg'dır. Yorgancılardan taleplerinin karşılanması hâlinde, yorganı taşıyan kamyonun benzin masrafı bile karşılanamayacaktır. Maliyet analizi neticesinde desî uygulaması getirilmiştir.

6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu'na göre, 30 kg'a kadar olan gönderilerin denetimi Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından yapılmaktadır. 30 kg'dan fazla olanlar ise Karayolu Düzenleme Genel Müdürlüğü'nün onayına tabidir. Hizmet sağlayıcılar bunu deklare etmek zorundadır. PTT %100'den daha fazla oranda diğer firmaların altında fiyat uygulamaktadır. Örneğin; PTT'de 5 desî 11.30 TL iken, diğer firmada 24 TL'dir. 50 desî PTT'de 51.80 TL iken, diğer firmalarda en düşük 130.30 TL'dir. PTT'nin ölçü olarak desîye geçmesi, 2011-2012 yıllarından itibaren PTT'nin anonim şirket olmasıyla beraber ve 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu'nun uygulanmasıyla gerçekleşmiştir.

Gerek PTT'yi gerekse firmaları, Karayolu Taşıma Yönetmeliği'nin 57. maddesinin (f) fıkrası zorlamaktadır. Buna göre, deklare edilen fiyat üzerinden en fazla %30 indirim yapılabilmektedir. Hem Sayıştay hem KİT Komisyonu denetimlerine tabi resmî bir kurum olması nedeniyle PTT, %30 indirim mecburen uygulamaktadır. 100 desiden fazla gönderilerde indirimli fiyatlar, diğer firmaların üstüne çıkmaktadır. Firmalar bu durumu başka promosyonlarla telafi edebilmektedir. Daha önce aylık 50 gönderiden fazla ise indirim yapılırken, bu rakam esnaf için 20'ye çekilmiştir.

Çözüm Önerileri

1) Kargo fiyatlandırması, mesleklerin bazı özel şartları dikkate alınarak ve esnafa bazı kolaylıklar sağlanacak şekilde yeniden düzenlenmelidir.

Sorun 2**Kaçak elektrik kullanım bedeli ve atık su bedeli gibi giderlerin haksız yere alınması****Açıklama**

Elektrik faturalarındaki kaçak kullanım bedelleri ile atık su bedelleri, haksız yere alınan paralardır. Sektördeki birçok makinanın çalışması, elektrik kullanımını artırmaktadır ve bu kullanımın %25 kadarı kaçak kullanım bedeli olarak ödenmektedir. Belediyelerin asli hizmet olarak yaptıkları atık su ve kanalizasyon hizmetlerinin ise ücretlendirilmesi gereksizdir.

İlgili Mevzuat

- 6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu
- 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu
- Ankara için ASKİ Tarifeler Yönetmeliği (Madde 34)

İlgili Kurumlar

- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler, ASKİ)

Çözüm Önerileri

1) Esnaf ve sanatkarın girdi maliyetlerinin azaltılması için bu bedeller kaldırılmalıdır.

14.10. Diğer Sorunlar

Sorun 1 Tüketici hakem heyetlerinde bilirkişilik uygulamaları
Açıklama 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'un 66. maddesinde Tüketici Hakem Heyetlerinde "satıcının esnaf ve sanatkâr olduğu uyumsuzluklarda, illerde esnaf ve sanatkâr odaları birliğinin, ilçelerde ise en fazla üyeye sahip esnaf ve sanatkârlar odasının görevlendireceği bir üye" bulunması hükme bağlanmıştır. Ancak bilirkişilik uygulamalarında sıkıntılar yaşanmaktadır. Sektörle ve meslekle ilgisi olmayan kişiler tüketici hakem heyetlerinde bilirkişilik yapabilmektedir. 27.11.2014 tarihli Tüketici Hakem Heyetleri Yönetmeliği'nin 19. maddesinde bilirkişilik mekanizması açıklanmıştır ve kimlerin bilirkişi olabileceğine dair hükümler bulunmaktadır; ancak, bunun ucu çok açıktır.
İlgili Mevzuat • 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (Madde 66) • 27.11.2014 tarihli Tüketici Hakem Heyetleri Yönetmeliği (Madde 19)
İlgili Kurumlar • Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü)
İlgili Kurumların Açıklamaları • Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü Temsilcisinin Görüşü Hakem heyetleri ve bilirkişilik, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da 66. ve devam maddeleri ile tanımlanmaktadır. 66. maddede yer alan Tüketici Hakem Heyetlerinde esnaf ve sanatkâr temsilcilerinin de bulunduğu 5 kişilik bir heyet tanımı bulunmakta, bu heyetler mahkeme niteliğinde bağlayıcı karar verebilmektedir. Belirli bir parasal limite kadar kararlarının icra edilme yükümlülüğü de bulunmaktadır. 27.11.2014 tarihli Tüketici Hakem Heyetleri Yönetmeliği'nin 19. ve devam maddelerinde bilirkişilik müessesesi düzenlenmektedir. Bilirkişilik müessesesinde ciddi sıkıntılar yaşanmakta, doğru bilirkişiler seçilmediği takdirde taraflar mağdur olmaktadır. Adalet Bakanlığı tarafından Bilirkişilik Kanunu Tasarısı Taslağı hazırlanmıştır ve üzerinde çalışmalar devam etmektedir.¹⁶¹ Taslak'ta, bilirkişilerde aranacak şartlar, bilirkişiler sicilinin ve listelerinin tutulması, huzur hakları gibi konularda hükümler yer almaktadır. Bilirkişi olacaklarda aranacak şartlar esnafın da taleplerini karşılayacaktır. Örneğin Taslak'ta bilirkişilik yapılacak alanda en az 5 yıllık tecrübe, meslek mensubu olarak görev yapabilmek için gerekli uzmanlık alanını gösteren diploma, mesleki yeterlilik belgesi, uzmanlık belgesi veya benzeri belgeye sahip olmak gibi şartlar aranmaktadır. Bu Taslak yasalaştığında, tüketici hakem heyetlerindeki bilirkişilik mekanizması da Kanun'a göre yeniden revize edilecektir. Bu kapsamda esnaf odalarının da katkılarıyla bir bilirkişi havuzu oluşturulması; esnafın taraf olduğu konularda esnaf odalarından bilirkişi istenmesi; bilirkişilerin kayıt altına alınarak bir veri bankası içinde depolanması; bütün veriler ve bilirkişi raporlarının Tüketici Bilgi Sistemi (TÜBİS) üzerinden kayıt altına alınması ve takip edilmesi; bilirkişilerin belli bir standartta rapor vermesi ve olayı çok ciddi bir şekilde incelemesi sağlanacaktır. Hakem heyetleri bağımsız otoriteler oldukları için Bakanlık karara müdahale edememekte fakat bu heyetlerin işleyişini koordine ederek standartlar belirleyebilmektedir. Adalet Bakanlığı tarafından yürütülen Bilirkişilik Kanunu çalışmaları tamamlandıktan sonra Gümrük ve Ticaret Bakanlığı da hakem heyetlerindeki bilirkişilik müessesesini yeniden düzenleyecektir.

¹⁶¹ Bilirkişilik Kanunu, 24.11.2016 tarih ve 29898 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Çözüm Önerileri

1) Adalet Bakanlığı tarafından hazırlanan taslak, yasama sürecinin tamamlanmasıyla birlikte ivedilikle uygulamaya geçilmeli; buna paralel olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, ilgili mevzuatta değişiklik yapmalıdır.

Sorun 2**Terzilikte fiyat tarifi uygulaması****Açıklama**

İlgili odalar, tarifi yapılacak mal ve hizmetler için önceki dönem belirlenmiş olan tarifiedeki hadler üzerinden, gerekli maliyet hesaplarını yaparak çizelge hazırlamakta ve birliklere sunmaktadır. Birlik yönetim kurulu fiyat tarifesini inceleyip onayladıktan sonra belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya tebliğ etmekte ve fiyat tarifeleri tebliğ tarihinden itibaren yürürlüğe girmektedir.

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun uyarınca terzilerin fiyat tarifi asma zorunlulukları vardır. Kanun'un 54. maddesi 4. fıkrası uyarınca bakanlık, belediyeler ve odalar, bu hükümlerinin uygulanmasında yükümlüdür ve bu sebeple fiyat tarifesinin eksik olduğu durumlarda ceza kesilmektedir.

Terzilik gibi müşteri talebi doğrultusunda hizmet sunan mesleklerde fiyat tarifeleri yerinde bir uygulama değildir ve müşterinin lüks ihtiyaçlarının fiyatlandırılmasında azami hadler sorun oluşturmaktadır.

İlgili Mevzuat

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (Madde 54)
- 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu (Madde 62)
- 14.02.2008 tarihli Esnaf ve Sanatkarlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Fiyat Tarifeleri Hakkında Yönetmelik (Madde 5, 6, 7)

İlgili Kurumlar

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
- İçişleri Bakanlığı (Belediyeler)

Çözüm Önerileri

1) Terzilik gibi müşteri talebi doğrultusunda hizmet sunan mesleklerde azami üst sınırların yanı sıra, lüks sayılabilecek hizmetlerde bu hadlere bağlı kalınmayacağına dair düzenleme yapılmalı; lüks hizmetlerin çizelgede neler olduğu belirtilmelidir.

Sorun 4**Çeklerin ödenmemesi durumunda caydırıcı cezaların olmaması****Açıklama**

Toptan satış yapan esnaf, ürünlerini çekle satmaktadır. Çeklerin birçoğu ödenmemekte ve ödenmeyen çekler her geçen gün artmaktadır. 5941 sayılı Çek Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle, eski 3167 sayılı Çekle Ödemelerin Düzenlenmesi ve Çek Hamillerinin Korunması Hakkında Kanun ve 4814 sayılı Çekle Ödemelerin Düzenlenmesi ve Çek Hamillerinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun yürürlükten kalkmıştır.

Yeni Çek Kanunu'na göre bankalar, çekleri karşılıksız çıkan kişilere her bir çekle ilgili olarak, bu karşılıksız çekin en fazla 600 TL'sini ödemekle sorumlu olmaktadır. Bunun yanında karşılıksız kalan her bir çek yaprağı için, 1.500 güne kadar adli para cezası getirilmiştir. Bu adli para cezasının ödenmemesi hâlinde ise hapis cezası uygulanmaktadır.

Ödenmeyen çekler için daha önce hapis cezası varken, bu uygulama Anayasa'nın 38. maddesinin 8. fıkrası (Hiç kimse, yalnızca sözleşmeden doğan bir yükümlülüğü yerine getirememesinden dolayı özgürlüğünden alıkonulamaz.) ile çelişmesi sebebiyle kaldırılmıştır. Bu ceza, herkes için oldukça caydırıcı iken, şu an böyle bir cezanın olmaması ödenmeyen çeklerin de sayısını artırmakta ve esnafı zor durumlarda bırakmaktadır.

İlgili Mevzuat
5941 sayılı Çek Kanunu (Madde 3)
İlgili Kurumlar
Maliye Bakanlığı
Çözüm Önerileri
1) Çek, yazılı ve limitli olmalı, katı kurallarla kontrol edilmelidir. ¹⁶²
2) Çeklere ya ipotek ya da kefil kuralı getirilmelidir.
Sorun 5 Halı dokumacılığında standarda uygun üretim yapılmaması
Açıklama
Halı dokumacılığı mesleğinde standarda uygun üretim yapılmaması, ürün kalitesinin düşmesine neden olarak mesleğe bakışı olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca, kültür mirası statüsünde değerlendirilen ve daha etkin yönetilmesi durumunda Türkiye'nin uluslararası rekabette öne çıkabileceği bu alanda pek çok değer kaybı söz konusu olmaktadır.
İlgili Mevzuat
132 sayılı Türk Standartları Enstitüsü Kuruluş Kanunu
İlgili Kurumlar
Türk Standartları Enstitüsü
İlgili Kurumların Açıklamaları
Türk Standartları Enstitüsü Temsilcisinin Görüşü TS 43 Standardı "tekstil yer döşemelerini, el dokuması halıları ve Türk halılarını" kapsamaktadır. TS 11988 ise makine halıları içindir. Ayrıca yün halı iplikleri, halı mağazaları, halı dokumacıları için de standartlar bulunmaktadır. TS 43 çok eski bir standarttır ve şu an revize edilmektedir. TSE standartlarının uygulanması konusunda herhangi bir zorunluluk bulunmamaktadır. Standartlarla ilgili zorunluluk ilgili Bakanlığın talebine göre, ilgili Bakanlık tarafından çıkarılacak bir tebliğ ile getirilmektedir. Standartların revizyonları için 5 yılda bir, ilgili kuruluşlara görüş sorulmaktadır. Ancak her ne kadar itirazlar yapılsa da, kuruluşlardan yeterince görüş gelmemektedir. Ayrıca, TSE'ye standartlarla ilgili bir itiraz yapıldığında, ilgili standart üzerinde çalışmakta, uygunsa değişiklik yapılmaktadır. Esnaf da itirazlarını doğrudan TSE'ye iletebilmektedir.
Çözüm Önerileri
1) Mevcut standartların duyurulması ve firmaların bu standartlara uygun üretim yapmasını teşvik edici çalışmalar yapılmalı ve meslek kuruluşları bu konuda rol üstlenmelidir.

¹⁶² 15.07.2016 tarihinde kabul edilerek 09.08.2016 tarih ve 29796 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 6728 sayılı Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Amacıyla Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile Çek Kanununda bazı değişiklikler yapılarak çek hesabı açan ve çek keşide edenlerin mali sicillerine şeffaflık kazandırılması ve piyasada çekte karşı duyulan güven tesisinin hürriyeti bağlayıcı cezalar ile sağlanması amaçlanmıştır.

14.11. Sorunlara İlişkin Değerlendirme

Ekonomi tüm üretim faktörleriyle ve segmentleriyle bir bütündür ve bu bütünlük günümüzde ulusal sınırların dışına çıkarak küresel bir boyut kazanmıştır. Leonard E. Reed “Ben-deniz Kurşun Kalem” adlı kısa hikâyesinde tam da bu sınırları aşan bütünlüğü anlatmaktadır. Bu hikâyede Reed, Kuzey California ve Oregon’da yetişen düz dokulu sedir ağacıyla başlayarak, o çok basit görünen kalemin her bir parçasının hangi süreçlerden geçerek ve kimlerin katkısıyla oluştuğunu anlatmaktadır. Hikâye özünde, ekonominin, kendi segmentleri arasındaki uyum ve iş bölümüne dikkat çekmektedir.

Esnaf ve sanatkâr, ekonomi ile bütünüyle uyumlu ve yerine getirdiği işlevle o bütünün günümüz koşullarında gerekli bir parçasıdır ve bu parçada yaşanacak olumlu ya da olumsuz gelişmeler, bir “kelebek etkisi” ile bütün ekonomiyi etkileyecektir. Bu sebeple esnaf ve sanatkâra Türkiye’nin ekonomik yapısından bağımsız bir şekilde bakmak mümkün değildir.

Bu noktadan hareketle, esnaf ve sanatkârın odak grup toplantılarında dile getirdikleri sorunlar, ekonominin genel yapısı ve dünyadaki gelişmeler göz önüne alınarak bunlarla uyumlu şekilde değerlendirilmeli ve üretilecek çözümler, ekonominin diğer segmentlerine zarar vermeyeceği, aralarındaki uyumun bozulmayacağı ve piyasa kurallarının aksatılmayacağı şekilde tasarlanmalıdır.

Klasik iktisadın kurucusu Adam Smith’in ünlü “fırıncı metaforu” da esnaf ve sanatkâra bakış açısında yol göstermektedir. Smith, bu metaforunda, soframızdaki ekmeği fırıncının hayırseverliği sayesinde yemediğimizi; fırıncının kendi çıkarlarını ve geleceğini düşünürken, aslında çok da farkında olmadan ekonomiye ve topluma çok büyük bir katkı yaptığını anlatmaktadır.

Bu metafor bize, piyasanın işleyiş kuralları ve bu kapsamda esnaf ve sanatkâr için de bir bakış açısı sunmaktadır. Esnaf ve sanatkârın piyasada varlığını devam ettirmek ve rekabet gücünü artırmak için devletten bazı talepleri olmakla birlikte, bu taleplerin karşılanmasında, politikaların oluşturulmasında ve bu politikalara paralel olarak yapılacak düzenlemelerde temel motivasyonun, toplumun bir kesiminin iyiliğini gözetmek değil, piyasa kurallarının rasyosu içinde akılcı ve vizyoner politikalar oluşturmak, ortak ve toplumsal iyiye bu şekilde ulaşmak olması gerektiği ortadadır.

Bu sebeple, esnaf ve sanatkârın rekabet güçlerini artırmaya yönelik yapılacak her düzenlemede ekonominin bütünü içindeki uyum ve iş bölümü akıllarda tutulmalıdır.

Bu noktalardan hareketle, “Esnaf ve Sanatkâr Özelinde Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörlerinin Analizi Projesi” kapsamında gerçekleştirilen odak grup toplantılarının amacı, öncelikle sahada yaşananları ve karşılaşılan sorunları, bizzat esnaf ve sanatkârdan dinlemek, önerilecek politikaların sahayı anlamadan tasarlanmasının önüne geçmektir. Her ne kadar önemli kanun ve yönetmeliklerin hazırlanması sürecinde, kamu kurumları özel sektörün görüşüne başvurursa da, bazı durumlarda uygulamada çıkacak sorunlar önceden tespit edilememekte, bu durum ise, iyi niyetlerle oluşturulan politikaların beklenen sonuçları doğurmamasına sebep olmaktadır.

Odak grup toplantıları tam da bunları bulmayı amaçlamaktadır. Örneğin, 2012 yılında zorunlu eğitimin 8 yıldan 12 yıla çıkarılmış olması, toplumun ortalama eğitim süresini yükseltmek gibi iyi niyetli bir amacı gütmüş olsa da bunun çıraklık üzerindeki etkisi maalesef sektörler açısından çok önemli sorunların kaynağı olmuş; bu uygulama çıraklığa başlama yaşını çok ileriye atmış, bu durum da nihai kertede nitelikli eleman yetiştirilmesini engelleyen bir durumu ortaya çıkarmıştır. Kanun'un uygulanmasıyla tecrübe edilen bu soruna çözüm bulmak amacıyla 64. Hükümetin Eylem Planı, çıraklık konusunu da içermiştir. Eylem Planı'nda bir yıl içinde gerçekleştirilecek reformlar arasında 136. madde: "Çıraklık eğitiminin yeniden gözden geçirilerek zorunlu eğitime dâhil edilmesini; ayrıca çıraklık eğitiminin altyapısının güçlendirilmesi için meslek standartlarına dayalı, önceki öğrenmelerin tanınması ile uzaktan öğrenmeye de fırsat vermeyi hedeflemek üzere başlatılan uygulamaların yaygınlaştırılmasını" içermektedir. Odak grup toplantılarında bazen mevzuatın kendisinden, bazen de mevzuatın uygulanmasından kaynaklanan bu ve benzeri sorunlara ulaşmak amaçlanmıştır.

Bu amaçla, proje kapsamındaki sektörlerde faaliyet gösteren 16 meslekteki esnaf ve sanatkârın mevcut durumları ve sorunları tespit edilerek bu sorunlara getirilen çözüm önerilerine ulaşılmıştır. Gerçekleştirilen 8 odak grup toplantısı bu amaca ulaşmayı sağlayacak şekilde tasarlanmış ve gerçekleştirilmiştir.

Odak grup toplantılarında, hem mesleklerin bulundukları sektörlerle ilgili nitelikli eleman ihtiyacı gibi genel sorunlar hem de içinde kanserojen kimyasal içeren ayakkabıların ithalatı gibi mesleklere özel sorunlar dile getirilmiştir. Benzer şekilde, odak grup toplantılarında hem yüksek maliyetler gibi Türkiye ekonomisini oluşturan tüm sektörlerin ulusal sorunları, hem de ustalık belgesi ile ilgili farklı bölgelerin veya illerin farklı uygulamaları gibi sorunlar, katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

Kamu kurumları ile gerçekleştirilen hariç, 7 ayrı odakta 18 ayrı masada yapılan odak grup toplantılarında dile getirilen konular kategorize edilerek derlenmiştir. Bu ilk derleme yapılırken sorunların hangi kurumların çalışma alanına girdiği kriteri esas alınmış ve her bir kuruma bu sorunlar açıklamaları ile birlikte gönderilerek 8. Odak Toplantısına davet edilmiştir. 8. Odak Grup olan kamu kurumları odağına ilgili kurumların temsilcileri ile bazı meslek örgütlerinin temsilcileri katılmıştır. Kamu kurumlarının temsilcileri daha önce kendilerine gönderilen sorunlarla ilgili hem bilgi vermiş, hem de esnaf ve sanatkâr tarafından geliştirilen çözüm önerilerinin, Türkiye'nin koşul ve şartlarını, ayrıca taraf olunan uluslararası anlaşmaları ve tabii olunan mevzuatı değerlendirerek mümkün olup olamayacağı ve yapılması gereken yasal değişiklikler hakkında açıklama yapmışlardır. Bu odak grup toplantısı, teori ve pratik arasındaki mesafenin görülmesini ve tüm tarafların bakış açılarının öğrenilmesini sağlamıştır.

Yapılan odak grup toplantılarında aşağıda yer alan iki konu dikkat çekmiştir.

1. Bilgi Eksikliği: Esnaf ve sanatkâr arasında hem yasalar, hem mevcut imkânlar hem de kurumların uygulamaları ile ilgili bilgi eksikliği bulunmaktadır.
2. İletişim Eksikliği: Hem esnaf ve sanatkâr ile kamu kurumları arasında, hem de kamu kurumlarının kendi aralarında bir iletişim eksikliği bulunmaktadır.

Bilgi ve iletişim eksikliğinin çeşitli mekanizmalar geliştirilerek giderilmesi esnaf sanat-kârın dile getirdiği bazı sorunların hızlı ve kolay bir şekilde çözülmesini sağlayacaktır.

Gerçekleştirilen odak grup toplantılarında dile getirilen sorunlar sınıflandırıldığında, aşağıdaki başlıklar altında gruplandırma yapılabilir:

1. Rekabet
2. Vergilendirme
3. Teşvik ve Destekler
4. Sosyal Güvenlik
5. İşe Başlangıç Süreçleri
6. Mesleki Eğitim
7. Mesleki Örgütlenme
8. İş Sağlığı ve Güvenliği
9. Maliyetler
10. Diğer

Bu başlıkların altında yer alan sorunların kendi içinde bir öncelik sıralaması vardır. Örneğin, birçok odak grubunda dile getirilen “esnaf tanımının yeniden yapılması ihtiyacı”, tüm diğer sorunların başında gelmektedir. Mevcut durumda, esnaf tanımının günümüz koşullarına uymaması Türkiye’de kaç esnaf olduğunun doğru tespit edilememesine sebep olmaktadır. Bu durum ise, politikaların doğru verilere göre belirlenememesi sonucunu doğurmaktadır. Veriye dayalı karar ve yönetim, çağımızın en önemli mekanizmalarından biri olarak tanımlanmaktadır. Ancak sağlıklı veriler ışığında doğru politikalar oluşturulabilecektir ve bunun için esnaf tanımının bir an önce güncellenmesi ve esnaf sayısının net bir şekilde bilinmesi gerekmektedir.

Örneğin 5362 sayılı Kanun’da esnaf ve sanatkâr “İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdaki “ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran” ifadesi esnafın tüccar ve sanayiciden ayrılması açısından da kamu kurumları açısından da çelişkili bir durum yaratmaktadır. Yapılacak tanım, farklı yorumlanabilecek ifadeleri değil, çalışan sayısı ve ciro gibi somut verileri içermelidir. Ayrıca, bir işletmenin kuruluşundaki sicili ile sonraki sicili aynı olmak zorunda değildir. İşletmeler büyüdükçe ve geliştikçe, sicil de otomatik olarak değişebilmeli; bu şekilde verilerin her zaman güncel bir şekilde tutulması ve her işletmenin olması gereken sicilde kaydının olması sağlanabilmelidir. Güncel ve sağlıklı verilerle politika önerileri oluşturulmalı ve ancak bu adımdan sonra diğer eylemlere geçilmelidir.

Rekabet konusu, odak grup toplantılarında en çok konuşulan konulardan biri olmuş ve esnaf ve sanatkâr genel olarak rekabet güçlerinin düşüklüğünden şikâyet etmiştir. Esnaf ve sanatkârın rakipleri aşağıda sıralanmıştır.

1. Kayıt Dışı İşletmeler
2. Diğer Esnaf
3. Orta Ölçekli ve Büyük Firmalar
4. Diğer Ülkeler ve Küresel Ekonomik Aktörler

Esnaf ve sanatkârın bunlarla rekabet edebilmesi için ilk önce maliyetlerinin daha makul seviyelere çekilmesi, sonrasında ise çeşitli kredi ve teşviklerden daha çok yararlanabilmeleri için imkânların oluşturulması gerekmektedir.

Esnaf ve sanatkârlar ile gerçekleştirilen odak grup toplantıları esnaf ve sanatkârın uygulamada karşılaştıkları sorunları öğrenmek; kamu kurumlarının temsilcileri ile gerçekleştirilen odak grup toplantısı ise bu sorunların çözümüne yönelik geliştirilen önerilerin gerçekçi ve hukuki olarak mümkün olup olmadığının öğrenilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu aşamalardan sonra, getirilen öneriler etraflıca değerlendirilmeli ve diğer kamu kurumları ile iş birliği içinde, ekonominin bütününe uyumunu ve ahengini bozmayacak şekilde adım atılmalıdır.

15

Bölüm 15

Sektörün Gelecek Projeksiyonu



Bu bölümde proje kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların tamamından faydalanarak sektörün yakın, orta ve uzun vadeli gelecek projeksiyonu yapılacak ve sektörün rekabetçiliğinin geliştirilmesi, Türkiye ekonomisine katkısının artırılması ve sektördeki esnafın sorunların çözülebilmesi için atılması gereken adımlarla ilgili öneriler sıralanacaktır.

Türkiye’de deri, tekstil, hazır giyim ve ayakkabı sektörleri geleneksel ve basit ürünlerle uluslararası arenada rekabet etmek yerine rekabet alanını değiştirmiş ve yüksek katma değerli tekstil ürünlerine yönelmeye başlamıştır. Bu bağlamda kurumsallaşma, mağazalaşma ve uluslararasılaşma çabalarıyla markalaşma yolunda daha güçlü bir yapıya dönüşerek, rekabet gücünü uluslararası arenada artırma çabası içerisine girmiştir. Bu bağlamda bu projede Türkiye’de deri, giyim ve ayakkabı sektörlerinin gelişmesi için öngörülen gelişme eksenleri kısa, orta ve uzun vadede değerlendirilmiştir.

15.1. Türkiye’nin Deri Giyim ve Ayakkabı Sektöründe Kısa Vadeli Gelişme Eksenleri

- Esnaf ve sanatkârın kurumsallaşmasının teşvik edilmesi
- Esnaf ve sanatkârın temel ve mesleki becerileri geliştirmelerinin desteklenmesi
- Eğitim sisteminin kalifiye eleman açığını kapatacak şekilde yeniden revize edilmesi
- Sektörde eğitim düzeyinin artırılması
- Esnaf arası dayanışma ve iş birliğinin artırılması
- Meslek kuruluşlarının etkinliğinin artırılması
- Kamu hizmetlerinde kalite ve etkinliğin artırılarak bürokratik işlemlerin azaltılması
- Kamu hizmetlerinin etkin sunumunu sağlayacak kurumsal kapasitelerin geliştirilmesi
- İlgili kamu kurumlarının ve özel sektör temsilcilerinin düzenli olarak bir araya getirilerek gelişme sürecine dâhil edilmesi
- İthal ürünlerin standartlarının daha iyi kontrol edilmesi
- Düşük fatura bedelli ithalatın önüne geçilmesi
- Dış ticaretin kolaylaştırılması
 - Bu alanda çalışan bir koordinasyon yapısı kurulması
 - Politikaların ve mevzuatın geliştirilmesi
 - İzleme ve değerlendirme faaliyetlerinin yürütülmesi
- Esnaf ve sanatkârın finansmana erişiminin sağlanması
- Yurt dışında Türk malı tanıtımlarının kalite ekseninden yürütülmesi
- Yurt içi tasarrufların arttırılması ve israfın önlenmesi
- Kayıt dışı ekonominin azaltılması için önemlerin alınması

- İhracat pazarlarının genişletilerek pazar çeşitlendirmesi sağlanması
- Esnafın danışmanlık ihtiyacı için gerekli mekanizmaların geliştirilmesi
- İş sağlığı ve güvenliği koşullarının etkin bir şekilde geliştirilmesi
- Müşteriye özel üretime olan ilgi artacağından bu yöndeki girişimlerin desteklenmesi
- AB tekstil sanayileri ile ortak üretimlerin geliştirilmesi

15.2. Türkiye'nin Deri Giyim ve Ayakkabı Sektöründe Orta Vadeli Gelişme Eksenleri

- Tasarım gücünün artırılması
- Rekabet gücünün artırılması:
 - Ulusal ve küresel modanın yakından takip edilerek, modayı etkileme kabiliyeti kazanılması
 - Tasarım kabiliyetinin artırılarak ürün farklılaştırmasına gidilmesi
 - Markalaşmanın yaygınlaştırılması,
 - Kalitenin artırılması
 - Rakip ülkelerin iyi takip edilmesi
 - İstanbul'un dünyanın önde gelen moda merkezlerinden biri hâline getirilmesi
- AR-GE potansiyelinin artırılması:
 - İleri teknolojiler içeren ve çok fonksiyonlu ürünlerin geliştirilmesi
 - AR-GE çalışmaları özendirilmesi
 - Enerji, su, kimyasal madde ve ham madde kullanımlarında geri dönüşüm, geri kazanım teknolojilerinin sağlanması
 - Bilgisayar tümelikli üretim sistemlerinin geliştirilmesi
 - AR-GE eğitim çalışmalarının en üst düzeyde desteklenmesi
- Üretim kapasitesinin ve verimliliğin artırılması
- İstihdamın artırılması
- Türkiye'de düzenlenen Fuar Organizasyonlarının artırılarak daha fazla uluslararası ziyaretçi gelmesinin sağlanması
- Sektörün ithal ham madde bağımlılığının azaltılması
- Turizmin sektöre sağlayacağı faydalardan daha fazla yararlanılmasının sağlanması
- İş ve yatırım ortamının geliştirilmesi
- İstatistiki bilgi altyapısının geliştirilmesi

- Serbest bölgelerde sektörün yerinin geliştirilmesi
- Altyapı sorunlarının çözülmesi için modernizasyon ve yenileme yatırımlarının teşvik edilmesi
- Taşımacılıktan lojistiğe dönüşümün tamamlanması
- Yurt dışındaki iyi uygulamaların Türkiye’ye uyarlanması için çalışmaların yapılması
- Pasif pazarlamadan aktif pazarlamaya geçilmesi
 - Her bir pazar için ön görülen hedeflerin ve ürün gamı tercihlerinin belirlenmesi
 - Dağıtım kanalının belirlenmesi
 - Pazarlama organizasyonlarının değiştirilmesi
 - E-ticaretin yaygınlaşması

15.3. Türkiye’nin Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründe Uzun Vadeli Gelişme Eksenleri

- Becerilerini sürekli geliştirebilen esnaf ve sanatkârın ekonomideki rolünün kuvvetlenmesi
- Düşük teknoloji mesleklerde katma değeri yüksek üretime geçilmesi
- Çevreyle uyumlu teknolojiler kullanarak sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması
- Bölgesel gelişmişlik düzeyleri arasındaki farkın giderilmesi, az kalkınmış bölgeler için uygulanan mekanizmaların etkin hâle getirilmesi ve özendirilmesi
- Sektörün planlı gelişiminin sağlanması
- Dünyada kalite ile tanınan markalaşma sürecinin tamamlanması
- Sektörde uzmanlaşan üretim kümelerinin oluşturulması ve var olan kümelenmelerin geliştirilmesi

16

Bölüm 16

Sektörle İlgili Öneriler

16

16.1. Esnaf ve Sanatkâr Tanımı

Türkiye’de esnaflık Anayasa’nın 173. maddesinde “Devlet, Esnaf ve Sanatkârı koruyucu ve destekleyici tedbirleri alır.” şeklinde yer almaktadır. Bu hükümden hareketle Türkiye’de esnaf ve sanatkâr ekonominin ayrı birer aktörü olarak benimsenmiş ve örgütlenme yapıları ile bağlı oldukları mevzuat buna göre tasarlanmıştır.

Her ne kadar esnaf ve sanatkârlığın korunması Anayasa’da bir ilke olarak yer alıyor olsa da maalesef esnaf ve sanatkârın tanımı, Türkiye’de farklı kurumlar tarafından farklı şekillerde yapılmakta; bu durum uygulamada önemli sorunların yaşanmasına sebep olmaktadır.

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu’nun 3. maddesinde esnaf ve sanatkâr aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

Esnaf ve sanatkâr ister gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimselerdir.

4.11.2012 tarihli Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik’te ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 2005/9617 sayılı Kararında KOBİ’ler aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

- a) Mikro işletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri bir milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler
- b) Küçük işletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler
- c) Orta büyüklükteki işletme: İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler

Mevzuatta yapılan bu iki tanım, hem bazı alanlarda birbirini kapsamakta ve tamamlamakta hem de bazı alanlarda birbiri ile çelişki oluşturmaktadır. 5362 sayılı Kanun, esnaf ve sanatkârlık için basit usul, işletme hesabı ve bilanço hesabı ayrımı hariç (ikinci sınıf tacir tercihine göre işletme veya bilanço hesabına tabi olmayı seçebilmektedir, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu, 181. madde) herhangi somut bir kriter belirlememekte, bunun yerine ekonomik faaliyetin sermaye ile birlikte bedenî çalışmaya dayandırılması kriterini benimsemektedir. 4.11.2012 tarihli Yönetmelik ise esnaf yerine mikro işletme kavramını kullanmakta ve mikro işletme için çalışan sayısı, mali bilanço ve net satış gibi somut kriterler belirlemektedir. KOBİ (SME, Small Medium Enterprise) tanımlarında belirlenen sınırlar, ülkelerin ekonomik koşullarına göre değişmektedir. Türkiye’de yapılan mikro işletme tanımı KOBİ tanımı içinde bir kategori olarak yer almaktadır. Ancak son dönemlerde mikro işletmeler KOBİ’le-

rin içinde yer almamakta, onlar için MSME (Micro, Small, Medium Enterprise) olarak ayrı bir kategori tanımlanmaktadır. Türkiye için de mikro işletmelerin sayısal çokluğu ve ekonomideki yerleri göz önüne alınarak KOBİ içinde değil, KOBİ'ye ek olarak tanımlanmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

5362 sayılı Kanun'da yapılan esnaf ve sanatkâr tanımındaki ikinci sorun, esnaf ile sanatkârın aynı kriterlerle belirlenmesidir. Hâlihazırda esnaflık kurumu, köklerini ahlaki, kültürel, dayanışma kural ve ilkeleri de içeren Ahilikten alan Türkiye'ye özgü bir geleneği temsil etmektedir. Sanatkârlık (artisan) ise, farklı ülkelerde de tanımlanmıştır. Sanatkâr kavramı, imalat sektöründe bir sanatı icra eden; ancak imalat kapasite oranları, sermayeleri ve elde ettikleri gelirler bakımından sanayici sayılamayacak ölçüde küçük olan kişileri ifade etmektedir. Esnaf ile sanatkâr tanımları farklı yapılmalı ve politikalar bu ayrıma göre belirlenmelidir.

5362 sayılı Kanun'da yapılan esnaf ve sanatkâr tanımındaki bir diğer sorun, esnaflığın sermaye ile birlikte bedenî çalışma esasına dayandırılmasıdır. Bedenî çalışma esası, iş yeri sahiplerinin bizzat bedenî çalışmalarını gerekli kılmaktadır. Ancak, Türkiye'deki esnafın birçoğu bu kriteri taşımamaktadır. Bedenî çalışmaya dayandırılması esası, aslında esnaftan ziyade tanımda geçtiği şekilde “bir sanatı icra eden” sanatkârı tanımlamaktadır. Bu sebeple tanım ve uygulama birbirine uymamaktadır.

5362 sayılı Kanun'da yapılan esnaf ve sanatkâr tanımındaki bir diğer sorun, özellikle ustalık belgesi alımıyla ilgili sorunlardan kaynaklı esnaf niteliği taşıyan kişilerin ticaret ya da sanayi odalarına kayıt olabilmeleri önünde herhangi bir engelin bulunmamasıdır. Bu durum, esnaf ve sanatkâr ile tüccar ve sanayici ayrımının bulanıklaşmasına sebep olmaktadır.

5362 sayılı Kanun'da esnaf tanımındaki “kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler” ifadeleri için 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'na bakmak gerekmektedir. Söz konusu Kanun'a göre ikinci sınıf tüccarlar, işletme hesabı esasına göre defter tutmalıdır. İkinci sınıf tüccarlar ise Kanun'un 178. maddesindeki şartlara göre belirlenmektedir. Bu maddelerde yıllık alım ve satış tutarları ve bir yıl içinde elde ettikleri gayri safi işhasılatı gibi kriterler bulunmaktadır. İkinci sınıf tüccarlar, 177. madde uyarınca, kendi tercihlerine göre birinci sınıf tüccarlar gibi bilanço esasına dayalı olarak defter tutabilmektedir. Bu esneklik, esnaf/tüccar-sanayici ayrımına da yansımaktadır. Her ne kadar kriterler belli olsa da, ikinci sınıf tüccarların istedikleri takdirde bilanço usulü defter tutmaları, esnaflık niteliği taşıyanların kanunen tüccar olarak kabul edilmelerine sebep olmaktadır.

5362 sayılı Kanun'un 68. maddesi “Esnaf ve sanatkâr siciline kayıtlı iken, daha sonraki yıllarda yıllık alış veya satış tutarları ya da gayrisafi iş hasılatı, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerini aşanlar, kendileri istemedikçe ticaret siciline ve dolayısıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayda zorlanamazlar. Ancak, yıllık alış veya satış tutarları ya da gayrisafi iş hasılatı, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerinin altı katını aşanların kayıtları, sicil marifetiyle ticaret siciline aktarılır.” hükümlerini içermektedir. Kişi belli bir sınıra kadar esnaflık kriterlerini aşan kazanç elde etse bile, ticaret odalarına kayda zorlanamamaktadır.

Bu durum da, esnaf ve sanatkâr ile tüccar ve sanayici ayrımının keskin ve kesin bir şekilde yapılamamasına sebep olmaktadır.

Esnaf ve sanatkâr tanımından kaynaklı bu sorunlar, büyük pencereden bakıldığında gündelik işleyişte değil ama makro ve uzun vadeli programların hazırlanmasında önemli yanlışlıklara sebep olabilecek riskler taşımaktadır. Bunun sebebi, politikaların dayandığı ve dayanacağı verilerin sağlıklı olmamasıdır. Sağlıklı veriler üzerine dayanmayan politikalar da uzun vadede ya beklenen sonuçları doğurmama ya da beklenenin tam aksi yönünde sonuçlar doğurma riski taşımaktadır.

16.2. Meslek Odası Yapılanması

Türkiye’de esnaf ve sanatkârlar; oda, birlik, federasyon ve konfederasyon şeklinde örgütlenmiştir. İl ve ilçe düzeyinde kurulan meslek odaları, çalışma bölgesi il sınırları olan esnaf ve sanatkâr odaları birliklerine üye olmak zorundadır. Odalar aynı zamanda, bulundukları meslek kolunda varsa federasyona da bağlıdır. Ankara’da 13 federasyon bulunmaktadır. Tüm bunlar ise merkezi Ankara’da bulunan Konfederasyona bağlıdır.

Odalar, hem meslekleri ile ilgili federasyona hem de illerde bulunan esnaf odaları birliklerine üye olmakla ve kayıt ücreti ile katılım payı ödemekle yükümlüdür. Odalar dikey olarak hem birliğe hem de federasyona bağlıdır. Birlik ve federasyon arasında ise yatay denebilecek bir yapılanma görülmektedir.

Çok parçalı olan bu yapı hem yetkinin dağılmasına, hem de bunun sonucu olarak etkinin azalmasına ve esnaf ve sanatkârın yeterli ve kaliteli hizmet alamamasına sebep olmaktadır. Bu örgütlenme yapısı, meslek odalarının etkisini artırabilecek ve hizmet çeşitliliği sağlayabilecek şekilde sadeleştirilerek yeniden tasarlanmalıdır.

Bu sebeple, ilgili tüm tarafların görüşleri alınarak esnaf ve sanatkârın tanımı yeniden yapılmalı; bu tanım somut kriterler içermeli; esnafın sanatkârdan, esnaf ve sanatkârın ise tüccar ve sanayiciden ayrımı kesin olarak yapılabilmelidir. Bu reform niteliğinde ve öncelikli bir değişikliğe işaret etmektedir. Bu öncelikli bir değişikliktir çünkü tanım yapılmadan, diğer adımlara geçmek doğru değildir. Tanımın netleştirilmemesi, mevcut durumun sağlıklı ve doğru verilerle analiz edilmesini engellemektedir. Ancak bu aşamadan sonra diğer yapısal değişikliklere geçilmelidir. Esnaf tanımının değişmesi, mevcut yapılarıdaki üyeliklerin değişmesine neden olacak ve ilgili kurumların baştan aşağı yeniden yapılandırılmasını gerekli kılacaktır.

16.3. Karma Odalar

5362 sayılı Kanun’un 6. maddesinde kayıt yapılacak odalar düzenlenmiştir. İlgili maddeye göre, esnaf ve sanatkâr, iş yerlerinin bulunduğu yerdeki; iş yerleri seyyar olanlar ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına; meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odası bulunmayanlar ise karma odaya kayıt yaptırmak zorundadır.

16.09.2005 tarihli Esnaf ve Sanatkâr Sicil Yönetmeliği’nin 10. maddesi sicil ile ilgili aşağıdaki hükmü içermektedir.

Sicile kayıt olan esnaf ve sanatkârlara ait bilgiler, sicil tarafından elektronik ortamda, iş yerlerinin bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına; iş yerleri seyyar olanların ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına; meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odası bulunmayanların bilgileri ise karma odaya, karma oda yoksa meslek ve sanatları ile ilgili en yakın odaya kayıt için gönderilir. İlgili oda yönetim kurulu, bu kişilerle ilgili üyelik kararlarını ilk toplantısında alır.

Bu Yönetmelik, sicil kayıt sıralamasını; ihtisas odası, o yoksa karma oda, o da yoksa ilgili en yakın oda olarak belirlemiştir. Bu uygulamadan kaynaklı en önemli sorun, birbiriyle çok ilgisi olmayan mesleklerin bir arada aynı karma oda altında örgütlenmek zorunda kalmasıdır. Bu durumda kayıt sıralamasının değiştirilmesi ve ihtisas odalarının bulunmadığı yerlerde ilk olarak en yakın ilgili odaya kayıt yaptırılması; o da yoksa karma odaya geçilmesi önerilmektedir. Ancak bu öneri de, içinde ihtisas odalarının belli bir zaman sonra karma odaya dönüşmesi şeklinde başka bir tehlikeyi barındırmaktadır.

Mevcut yapıda yapılacak küçük değişiklikler ile bu sorunun kolay bir şekilde çözülmesi pek mümkün olmadığından, odaların yapısal olarak değiştirilmesi ve dönüştürülmesi için daha esaslı ve temelden değişiklikler gerekmektedir.

16.4. Sicil İşlemleri

Türkiye'nin en önemli sorunlarından biri kayıt dışılıktır. Esnaf ve sanatkâr özelinde kayıt dışılık 3 farklı şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki hiçbir şekilde kayıt yaptırmayan merdiven altı üretim ve satıştır. İkincisi vergi kaydını yaptırıp sigorta ve oda kaydını yaptırmayanlar (kayıt dışı istihdam Ocak 2016 TÜİK verilerine göre %31,8'dir) , sonuncusu ise vergi ve sigorta kaydını yaptırıp ilgili meslek odalarına kayıt yaptırmayanlardır.

İlk iki kayıt dışılık, Türkiye'deki tüm sektörleri ve büyüklü küçüklü tüm firmaları ilgilendirdiğinden daha makro ve geniş bir vizyonla ele alınması gerekmektedir. Kayıt dışı ekonomi ve kayıt dışı istihdam ile mücadele hâlihazırda tüm kamu kurum ve kuruluşları ile ekonomi alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının birçoğunun gündemindedir ve bu konuda tüm paydaşlar kapsamlı çalışmalar yürütmektedir.

Oda kaydının yaptırılmaması anlamında kayıt dışılık ise bazı yasal değişikliklerle giderilebilecek bir sorun görüntüsündedir. Vergi kaydının “ön başvuru” ve “kayıt” olarak iki aşamalı gerçekleştirilmesi ve vergi mükellefi olunması için kayıt aşamasında ilgili odadan “esnaflık belgesi” talep edilmesi sağlanmalıdır. Bu belgenin esnafın işe başlangıç süreçlerinde başvurduğu tüm kamu kurum ve kuruluşları tarafından talep edilmesi zorunluluğu getirilmelidir. Böylelikle oda kaydı anlamında kayıt dışılık ortadan kalkacak; her vergi ve sigorta kaydı olanın oda kaydının da olması sağlanacaktır.

16.5. Odaların Etkinliği

Şu an Türkiye'deki 1.654.449 esnaf, 3039 oda (ESBİS, Haziran 2016 verisi) , 13 federasyon, 82 esnaf ve sanatkâr odaları birliği (her ilde birer, İstanbul'da iki olmak üzere) ve bir konfederasyon altında örgütlenmiştir. Yaklaşık 1.3 milyon üyesi bulunan TOBB ise toplam 365 oda ve borsa altında örgütlenmiştir. Ancak esnaf ve sanatkâr odalarının sayısal çoklu-

ğu, beraberinde etkinlik ve verimlilik getirmemektedir. Proje kapsamında yapılan anketler, odak grup toplantıları, mülakatlar ve yerinde incelemeler gibi faaliyetlerin birçoğunda, odaların yeterince etkin olmadığı yönünde çok sayıda görüş dile getirilmiştir. Bu durum, aslında mevcut yapı ile içinden çıkılmaz bir hâl almıştır ve çözümü oldukça zor görünmektedir. Odaların yeterince etkin olmamasının, Türkiye ekonomisinin genel koşulları, esnaf ve sanatkârın durumu, Türkiye’de sivil toplum anlayışının yeterince gelişmemiş olması, zorunlu üyelik mekanizmasından kaynaklı odalar arasında bir rekabet olmaması, odaların gelir kaynaklarının düşüklüğü gibi birçok sebebi bulunmaktadır.

Odak grup toplantılarına katılan odaların temsilcilerinin birçoğu yeterli kaynak bulamadığı için üyelerine çok sınırlı sayıda ve çeşitte hizmet sunabildiğini ifade ederken, her geçen gün azalan üye sayıları da odaların yeterli kaynağa ve finansmana ulaşmasını engellemektedir. Böylelikle iki sorunlu alan birbirini sürekli beslemekte ve çözümü zorlaştırmaktadır. Diğer taraftan mevcut oda yapısı içinde oldukça aktif olan üyelerine çok sayıda hizmet sunabilen, AB projeleri yürüten odalar da bulunmaktadır. Ancak bunların sayısı oldukça azdır. Yine de bu istisnalar, mevcut yapılanmadan kaynaklı sorunların varlığını değiştirmektedir.

Proje kapsamında 1100 esnaf ve sanatkâr ile yapılan anket çalışması, odaların etkinliği konusunda oldukça çarpıcı veriler sunmaktadır. Ankete katılan esnaf ve sanatkârlara; “Şu an veya geçmişte bağlı bulundukları Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyon hakkında ne derece bilgi sahibi oldukları” sorulmuş, katılımcıların %49,9’u bu kurumlar hakkında “hiç bilgi sahibi olmadıklarını”, %33,2’si “biraz bilgi sahibi olduklarını” ifade etmiştir.

Tablo 45. Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyonun Bilinirlik Düzeyi

Şu an veya geçmişte bağlı bulunduğunuz Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyon hakkında ne derece bilgi sahibi olduğunuzu belirtiniz.		
	Sayı	Yüzde
Hiç bilgi sahibi değilim	549	49,9
Biraz bilgi sahibiyim	365	33,2
Yeteri kadar bilgi sahibiyim	155	14,1
Çok bilgi sahibiyim	31	2,8
Toplam	1100	100,0

Kaynak: Esnaf ve Sanatkâr Özelinde Deri, Giyim Ayakkabı Sektör Analizi Projesi Esnaf Anketi, 2016

Benzer şekilde katılımcılara “şu an veya geçmişte bağlı oldukları meslek kuruluşundan hangi hizmetleri aldıkları” sorulmuş; katılımcıların büyük bir kısmı (%63,4) şu an veya geçmişte bağlı oldukları meslek kuruluşundan hiçbir hizmet almadıklarını, %18,6’sı ise belgelendirme hizmeti aldıklarını ifade etmiştir. Bu durum odaların doğrudan esnaf ve sanatkârlara yönelik faaliyetleri ve tanınırlığını göstermektedir.

Tablo 46. Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyondan Alınan Hizmetler

Şu an veya geçmişte bağlı olduğunuz meslek kuruluşundan hangi hizmetleri aldığınızı öğrenebilir miyim?		
	Sayı	Yüzde
Belgelendirme	205	18,6
Danışmanlık	72	6,5
Hukuksal destek	18	1,6
Eğitim / Mesleki eğitim	64	5,8
Teknolojik destek	17	1,5
Tanıtım/Reklam desteği	14	1,3
Fuar/Yurt dışı temaslar	13	1,2
Hiçbiri	697	63,4

Kaynak: Esnaf ve Sanatkâr Özelinde Deri, Giyim Ayakkabı Sektör Analizi Projesi
Esnaf Anketi, 2016

Belgelendirme; genellikle kamu kurumları ile yapılacak işlemlerde kullanılacak Esnaflık Belgesi, Sicil Belgesi, Ustalık Belgesi gibi belgeleri ifade etmektedir. Bu belgelerin alınması zorunludur ve esnaf sadece ihtiyaç duyduğu zaman bu belgeleri alabilmek için odalara uğramaktadır.

Yapılan ankette “şu an veya geçmişte bağlı bulundukları oda, birlik, federasyon ve konfederasyon hakkında hiç bilgi sahibi olmayanlar”ın dışındakilere sorulan “Şu an veya geçmişte bağlı bulunduğunuz Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyonların yürüttüğü faaliyetler ve projeler sizce ne kadar faydalı?” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında dengeli bir dağılım çıkmıştır. “Faydalı değil” diyen katılımcıların oranı %21,2 iken; “faydalı” bulanların oranı %24,1’dir. En yüksek kategoriye %35,4 ile “ne faydalı ne faydalı değil” diyenler oluşturmuştur.

Tablo 47. Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyonun Faaliyetleri

Şu an veya geçmişte bağlı bulunduğunuz Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyonların yürüttüğü faaliyetler ve projeler sizce ne kadar faydalı?		
	Sayı	Yüzde
Hiç faydalı değil	85	15,4
Faydalı değil	117	21,2
Ne faydalı ne faydalı değil	195	35,4
Faydalı	133	24,1
Çok faydalı	21	3,8
Toplam	551	100,0
Cevapsız	549	
Toplam	1100	

Kaynak: Esnaf ve Sanatkâr Özelinde Deri, Giyim Ayakkabı Sektör Analizi Projesi
Esnaf Anketi, 2016

Odaların etkinliğinin artırılması için öncelikle, daha güçlü üyelik ve finansman yapılarına sahip olmalarının sağlanması gerekmektedir. Bunun için hem yapısal değişiklikler hem de yönetim kademelerindeki kişilerin daha geniş vizyona sahip olmaları gerekmektedir.

16.6. Mesleki Eğitimle İlgili Öneriler

Ülkelerin gelişmesinde ve kalkınmasında sanayileşmenin temel unsuru olan bilgi, beceri ve iş alışkanlıklarına sahip yüksek verimi gerçekleştirecek kalifiye insan gücünün yetiştirilmesi gerekmektedir. Kalifiye elemanların bilgi ve becerisi, ekonomik başarının temelidir. Meslek eğitimi özellikle iki amaca yöneliktir: Bir tarafta genç insanlara başarılı bir meslek yolu hazırlamak, diğer yandan ekonomiye vasıflı eleman yetiştirmektir. Günümüzde, hem teknolojik değişimde hem de dünya düzeyindeki yapılaşma değişiminde mesleki teknik eğitimin öneminin çok büyük olduğu herkes tarafından bilinen ve söylenen bir gerçektir. Gençlerin ilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesinde; gerekli bilgi, beceri, davranış ve birlikte iş görme alışkanlığı edinerek hayata hazırlanmalarında ve Türkiye'nin kalkınmasındaki önemli unsurlardan bir olmalarında, mesleki eğitimin önemi çok büyüktür. Özetle mesleki eğitim; toplumsal hayatın her alanında, ihtiyaç duyulan mesleklerde kalifiye teknik elemanlar yetiştirilmesi için gerekli bilgi ve becerilerin verilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Mesleki eğitimin amacı, toplumun hedefleri ve iş çevrelerinin talepleri doğrultusunda bireylere belirli bir mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve uygulama yeterliliklerinin kazandırılmasıdır.

Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki mesleklerin çoğu, ustalık belgesi kapsamında yer almakta ve bu mesleklerdeki esnaf ve sanatkarların faaliyet gösterdikleri iş alanlarına bakıldığında, bu alanların özellikle emek yoğun olduğu ve teknik beceri gerektirdiği görülmektedir. Buradan hareketle, deri, giyim ve ayakkabı sektöründe çalışacak kişiler için mesleki eğitimin, nitelikli iş gücünün artması yönünde oldukça önemli olduğu açıktır. Hâlihazırda bu sektöre girenlerin çoğunluğunun mesleki bir eğitiminin olmaması, sektörde kalifiye eleman sıkıntısını uzun vadede daha da önemli bir sorun hâline getirecektir. Bu noktada, sektörün ihtiyacı olan nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi amacıyla meslek liselerinde eğitim müfredatı ve ders kitapları, sektördeki odalardan görüş alınarak hazırlanmalıdır. Sektörde yıllardır usta olarak çalışmış ve ciddi bir bilgi ve deneyim kazanmış esnaftan yararlanılması, bu deneyimlerin sonraki kuşaklara aktarılması nitelikli eleman yetiştirilmesi için önemlidir. Bu nedenle, ustalardan, meslek liselerinde pratik eğitimin yanı sıra teorik eğitimde de yararlanılmalıdır. İlgili sektördeki odaların, Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü ile yakından çalışmalar yürüterek; öncelikle alandaki ihtiyaçların belirlenmesi, bu ihtiyaçlar doğrultusunda mesleki eğitimin içerik ve uygulamalarının yürütülmesi gereklidir.

Mesleki eğitime yönelik bir diğer öneri ise teknik altyapı ile ilgilidir. Mevcut hâliyle eğitim ortamlarının, gelişen teknolojik gelişmelere ayak uyduracak şekilde tasarlanması önemlidir. Deri, giyim ve ayakkabı sektöründe her geçen gün yenilikçi uygulamalar ve teknolojik gelişmeler yaşanmakta olduğundan, bu mesleği devam ettirecek kişilerin bu güncel ilerlemeye ayak uydurabilmeleri oldukça önemlidir. Bu noktada, meslek liselerindeki atölyelerin ve her türlü teknik donanımın güncellenmesi ve dünyadaki gelişmelere paralel şekilde yeterli hâle getirilmesi gereklidir. Aynı zamanda, eğitimcilerin de bu gelişmeleri yakından takip etmeleri, kendilerini sürekli güncel tutmaları gereklidir.

Mesleki eğitimin daha nitelikli bir hâle getirilmesi açısından iyi örnek oluşturabilecek uygulamalar bir rol model olarak ele alınmalı ve buradaki yaklaşımların Türkiye'ye uygulanabilir olup olmadığı masaya yatırılmalıdır. Bu noktada, özellikle Almanya gibi mesleki eğitimde başarılı sistemlere sahip ülkelerin teorik ve pratik mesleki eğitim uygulamaları incelenerek Türkiye'de uygulanabilecek iyi uygulamalar belirlenmelidir.

Mesleki eğitimin özellikle erken yaşlarda verilmesi ciddi bir gerekliliktir. 2016 yılı içerisinde çıraklık eğitiminin zorunlu eğitim kapsamına alınması bu konuda oldukça önemli bir adım olmuştur. Burada meslek hayatına hazırlanacak gençlere içeriği zenginleştirilmiş teorik bir eğitimin ve meslekleriyle ilgili stajların birlikte verilmesi önemlidir. Buradan hareketle, genel kültür derslerinden ziyade uygulama dersleri, Anadolu Teknik okullarında staj, Anadolu Meslek okullarında ise işletme becerisi eğitimleri daha ağırlıklı olmalıdır. Ayrıca, stajlara ve işletme becerisi eğitimlerine, programların belli olmasından itibaren başlanmalı; ders saatleri artırılmalıdır. Örneğin, yorgancılık mesleğinde çatma, teğelleme, desinatörlük sadece teori olarak değil, uygulama olarak da detaylı bir şekilde öğretilmelidir.

Mesleki eğitimde staj ve işletmede beceri uygulama programlarının, verimli ve amacına uygun olarak yapılıp yapılmadığı daha etkin bir şekilde denetlenmelidir. Bu denetimlerin, yalnızca meslek liselerinde değil; aynı zamanda belirli bir alanda kurslar düzenleyen Halk Eğitim Merkezleri bünyesinde de gerçekleştirilmesi gereklidir. Çünkü bu merkezlerden alınan kurs belgeleri ile sektördeki mesleklerde çalışanlar bulunmaktadır. Bu kursların içeriklerinin, saatlerinin yeterli olup olmadığı ortaya konulmalı ve gerekli görülen noktalarda düzenlemelere gidilmelidir.

Mesleki eğitimle ilgili son bir öneri sektörde uzun yıllardır çalışmakta olan ve alanın bizzat içerisinden gelen ustalarla ilgilidir. Deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki mesleklerin büyük çoğunluğunun ustalık belgesi kapsamında değerlendirilmesi neticesinde, bu mesleklerde uzun yıllardır çalışan usta esnaf ve sanatkârlar bu belgelerini almak için gerekli sınavlara tabi tutulmaktadırlar. Bu sınavların içeriklerinin ustaların elde ettikleri bilgi ve deneyimleri kullanabilecekleri şekilde tasarlanması önemlidir.

16.7. Kayıt Dışı İstihdamla Mücadele

Kayıt dışı istihdam kavramı son yıllarda ekonomi gündeminde sıklıkla yer alan ve üzerine tartışılan bir problem hâline gelmiştir. Bugün kayıt dışılık, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkelere oranla daha fazla olmakla beraber; gelişmiş ülkeler için de önemli bir sorun olmaya devam etmektedir. Kayıt dışı istihdamı genel olarak, çalışanın herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna kayıtlı olmaması durumu olarak tanımlayabiliriz. Türkiye'de toplam istihdamın önemli bir oranını kayıt dışı istihdam oluşturmaktadır. Sosyal güvencelerin sağlanması için ödenen primlerin yüksek olmasının, işveren açısından işçi maliyetini artıran bir etken olarak görülmesi işvereni bu tür bir maliyetten kaçınmak adına kayıt dışı işçi çalıştırmaya teşvik etmektedir. Bunun yanı sıra küçük ve orta ölçekli iş yerlerinin sayısının fazla olması ve bu ölçekteki iş yerlerinin denetiminin tam anlamıyla sağlanamaması kayıt dışı çalışan sayısını artırmaktadır. Kayıt dışı istihdamın önüne geçilmesi için öncelikle, vergi kaydı, sicil ve oda kaydı, SGK kaydı ve iş yeri açma ve çalıştırma ruhsatı alımına ilişkin başvuruların tek bir bilgi sistemi üzerinden otomatik olarak yapılması sağlanmalıdır. Bu

bilgi sistemi, Maliye Bakanlığı (vergi kaydı) veya Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (sicil ve oda kaydı) tarafından tutulmalıdır. Vergi kaydı önce yapılacaksa, işletme ile ilgili tüm bilgiler bilgi sistemine girilmeli ve bu bilgiler otomatik olarak diğer kurumlara gönderilmeli ve ilgili kurumlar da bu bilgi sistemi üzerinden gerekli işlemleri yapmalıdır. Bilginin tek merkezde toplanmasıyla, kayıt dışılığın önlenmesi açısından önemli bir mesafe kat edilecektir.

Ayrıca, denetimlerin daha sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için, ilgili kurumlardaki denetim yapan personelin sayısı artırılmalıdır. Bu noktada yalnızca görevli personel değil, herhangi bir vatandaşın da kayıt dışı istihdam ile ilgili bir bilgisi olduğunda bu durumu yetkili kurumlara bildirebilmesinin önü açılmalıdır. Örneğin, e-posta, telefon hattı, şikâyet kutuları gibi yolların kullanılacağı ihbar mekanizmaları güçlendirilebilir. Bu şikâyetlerin ciddi bir şekilde değerlendirilmesi ve kayıt dışı istihdam yapan işletmelere uygulanan yaptırımlar artırılmalı, cezalar caydırıcı olmalıdır.

Son olarak, kamu spotu vb. yollarla, hem müşteriler kayıt dışı iş yerlerinden alışveriş yapmamaları konusunda hem de işçiler sigortasız çalışmamaları konusunda bilinçlendirilmelidir. Kayıt dışı istihdamla mücadele kapsamında, son yıllarda hükümetin uyguladığı politikalar neticesinde bir nebze de olsa gelişme görülmektedir. Fakat kayıt dışılık, Türkiye için çok uzun yıllardır mücadele edilen önemli bir problemdir ve tamamen çözülmediği takdirde hem çalışan hem işveren hem de devlet açısından olumsuz sonuçlar doğurmaya devam edecektir.

16.8. Teknoloji ve İnovasyon

Teknoloji kullanımı ve inovasyon konuları her ne kadar deri, giyim ve ayakkabı sektöründeki esnafın önceliği değilmiş gibi görülsede, sektörde başarılı ve kalıcı olunabilmesi açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Meslek bilgisini ve sanatını, modern teknolojiadaki gelişmeler ve verimliliği artıran makinelerle birleştirmeyen, geleneksel yöntemlerle üretimde ısrarcı olan esnaf ve sanatkarın başarılı olma şansı düşmektedir. Sektördeki iyi örneklerin büyük çoğunluğunda teknolojiyi yakından takip eden, verimlilik ve kaliteyi artıran makinelere yatırım yapan ve geleneksel mesleki bilgileri ile modern teknolojiyi iyi bir şekilde harmanlayabilen işletmelerin öne çıktığı açıktır. Bu sebeple esnafın, modern teknoloji ve makineleşmeyi kendi sanatının özelliklerine göre kullanabilmesi, geleneksel ile çağdaş bir arada harmanlayabilmesi gereklidir. Bu bağlamda her esnaf ve sanatkarın, kendi mesleğiyle ilgili teknolojik gelişmeleri gerek fuarlara katılarak gerekse internet ve meslek odaları aracılığıyla yakından takip etmeleri, verimlilik ve kaliteyi artıracak makinelere yapacakları yatırımları öncelikli olarak tercih etmeleri gerekmektedir. Sektördeki esnaf ve sanatkarların, teknolojiyi yalnızca bir kez yatırım yapılan bir alan olarak görmemeleri, devamlı olarak ellerindeki teknolojiyi yenilemeleri ve veriminin artırılması için yatırımları sürdürmeleri gereklidir.

Sonuç olarak, özellikle elde edilen kârın, yeni makine alımına ve yeni yatırımlara harcanmasının işletmelerin büyümesi için çok önemli bir rol oynadığı açıktır. Bu bağlamda üretimde modern teknolojiye geçiş, verimliliği, kaliteyi ve müşteri memnuniyetini arttıran bir araç olmakta ve sürekli değişim ve gelişim gösteren ulusal ve uluslararası pazarlarda kalıcı bir yer edinmek için gerekli görülmektedir. Başarılı ve istikrarlı bir gelişme ile büyümek iste-

yen esnaf ve sanatkârlar özellikle öğrenmiş oldukları geleneksel üretim metotlarını modern teknoloji ve makineleşme ile harmanlayarak kullanmalıdır. Aksi takdirde zamanın gerisinde kalarak büyümeyi başaramamaları zor gibi görülmektedir. Bu sebeple her türlü yeniliğin internet, fuarlar, meslek odaları gibi çeşitli kanallar yoluyla takip edilmesi çok elzemdir. Özellikle kazanılan kârın kişisel giderler yerine kurumsal büyümeyi hedefleyen aynı zamanda verimlilik ve kaliteyi de artıracak makinelere yatırılması çok önemli bir strateji olarak karşımıza çıkmaktadır.

16.9. Fuarlara Katılımın Desteklenmesi

Fuarlara ve özellikle de uluslararası fuarlara katılım, esnaf ve sanatkâr açısından oldukça önemli faydalar sağlamaktadır. Proje kapsamında incelenen iyi uygulama örneklerinde öne çıkan ortak özelliklerden biri, yurt içi ve yurt dışı mesleki fuarlara katılmak olmuştur. Kendileri ürünlerini sergilemek üzere birer stant sahibi olmasalar bile, katılımcı olarak bu fuarlarda yer almanın, esnaf açısından oldukça büyük avantajları bulunmaktadır. Kısaca bu avantajlara değinilirse, ilk olarak; fuarlar pek çok sektörde, piyasanın nabzının tutulduğu platformlar olarak öne çıkmaktadır. Özellikle de deri, giyim ve ayakkabı gibi hızlı değişen tüketici ve piyasanın taleplerine göre şekillenen sektörlerde, bu durum daha da önem kazanmaktadır. Bu sektörlerde başarılı olmak isteyen üreticilerin, piyasadaki son trendlere, moda akımlarına, üretimde uygulanan yeniliklere ve tüketicilerin taleplerindeki değişimlere ivedilikle hâkim olması gerekmektedir. Fuarlara katılmak tüm bunlardan haber almanın en pratik ve zahmetsiz yollarından biridir.

İkinci olarak, fuarlar; sektörlerin buluşma, tanışma ve iş bağlantısı kurma merkezleridir. Özellikle yıllık bütçelerinden önemli bir kısmı pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine ayıramayan küçük ve orta ölçekli işletmeler için fuarlar, iş yapabilecekleri kişi ve işletmelerle bağlantı kurmak için ideal bir platform sunmaktadır. Günümüz ekonomisinde işletmelerin ezici bir çoğunluğu arz ve tedarik zincirlerinin ortalarında yer almaktadır; yani başka kişi ve işletmelere mal ve hizmet sağladığı gibi, başka kişi ve işletmelerden de mal ve hizmet tedarik etmektedir. Dolayısıyla da fuarlarda hem kendi ürünlerini satacak müşteriler, hem de ihtiyaçlarını daha avantajlı tedarik edebileceği işletmeler bulabilmektedir. Ayrıca, çeşitli ekonomik iş birlikleri kurabileceği, birlikte iş yapabilecekği kişi ve işletmelerle de bağlantı kurabilmektedir.

Son olarak da, günümüzün küreselleşen ekonomik dünyasında çok büyük önem kazanmış olan uluslararasılaşma konusunda da fuarlara katılım önem arz etmektedir. Yukarıda açıklanan piyasaların nabzını tutma ve iş bağlantıları kurma işlevlerini, uluslararası fuarlara katılmak suretiyle uluslararası ölçekte gerçekleştirmek mümkündür. Proje kapsamında ziyaret edilerek yerinde incelenmiş olan İzmir Düğün Modası Fuarı'na 4 farklı kıta ve 75 farklı ülkeden katılımcının geldiği düşünüldüğünde; uluslararasılaşma ve ihracat yapma vizyonu olan her işletme için fuarlara katılmanın önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, hedefi ihracat yapmak olmayan işletmelerin de uluslararası trendleri ve modayı takip ederek iç pazarda daha başarılı olma yolunda bunları değerlendirmeleri açısından, uluslararası fuarlara katılım önem arz etmektedir.

Bu sebeplerle esnaf ve sanatkarın yurt dışı fuarlara katılımı desteklenmelidir. Bunun bir yolu da devlet kurumlarının desteklediği yurt dışı fuarlarda birçok esnafın ürünlerinin sergileneyeceği “ortak stantların ” açılmasıdır. Böylelikle tek başına stant açmaya gücü yetmeyen esnaf, toplu stantlarda yer alıp ticaret bağlantıları kurabilecek ve yurt dışına açılabilir.

16.10. Kooperatifleşmenin Artırılması

Gerek yerel ölçekte, gerekse küresel ölçekte esnaf ve sanatkarın rekabet gücünün artmasının en önemli araçlarından biri, kooperatifleşme yoluyla güç birliği mekanizmaları oluşturulmasıdır. Kooperatifleşmenin, etkin bir kalkınma stratejisinin belkemiği unsurlardan olduğu zaten bilinmektedir. Bu bağlamda Birleşmiş Milletler (BM), Dünya Bankası ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) gibi uluslararası örgütler, özellikle gelişmekte olan ülkelere kooperatifleşme yönünde adımlar atmasını önermektedir. Türkiye Cumhuriyeti Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bünyesindeki Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü bu konuda çok önemli çalışmalar yapmaktadır. Bunlardan bir tanesi de “Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2012-2016”dır. Bu belgede kooperatifçiliğin üreticilere, tüketicilere, küçük işletmelere ve diğer menfaat sahiplerine olduğu kadar, atıl kaynakların harekete geçirilmesine, mikro kredi ve finansman imkânlarının genişletilmesine, sermaye birikiminin sağlanmasına, yeni istihdam alanları oluşturulmasına, üretimin artırılmasına, tarımın ve küçük çaplı üretimlerin sanayiye entegrasyonuna, piyasaların olumlu yönde regülasyonuna, girişimcilik ve ortak iş yapma kültürünün geliştirilmesine, sosyal sermayenin arttırılmasına, gelirin daha adil paylaşımına, yoksulluğun azaltılmasına ve dolayısıyla ülkemizin bir bütün olarak kalkınmasına önemli ölçüde katkı sağlayacağı dile getirilmektedir.¹⁶³

Dolayısıyla, kooperatifleşmenin desteklenmesi gerektiği açıktır. Çeşitli stratejik plan belgelerine ve kooperatifleşme için sağlanan teşvik ve desteklere (örneğin Kooperatiflerin Desteklenmesi Projesi, Kooperatif Girişimciliği Eğitim Projesi, İşbirliği Güçbirliği Destek Programı, vb.) bakıldığında kooperatiflerin ve kooperatifleşmenin devlet tarafından yoğun biçimde desteklendiği ve desteklenmeye devam edeceği de açıktır.

Yapılması gereken bu büyük desteğin amacına ulaşmasını sağlayacak mekanizmaların oluşturulması ve hâlihazırda var olanların sayılarının artırılmasıdır. Öncelikle, tüm diğer teşvik ve destek programlarında olduğu gibi, dünyanın en geniş kapsamlı ve en cömert teşvik programları bile hedef kitlesine ulaşmadığı müddetçe başarılı olma şansı taşımamaktadır. Diğer bir deyişle, kooperatifçiliğin desteklenmesi amacıyla sağlanan kaynak konusundan önce kooperatifleşmesi beklenen kitlelerin kooperatifleşmenin faydalarından ve bu konuda var olan teşvik ve desteklerden haberdar olmaları gerekmektedir. Burada bahsi edilen esasen bir bilinç oluşturulması hususudur: Kooperatifleşmenin avantajları ve bu alandaki destek mekanizmaları hakkında esnaf ve sanatkar mutlak suretle bilinçlendirilmelidir. Bu bir yandan devletin resmî kanalları yoluyla sağlanabileceği gibi bir yandan da medya ve sosyal medya araçları seferber edilerek de yapılabilir. Ayrıca, kooperatifleşme bilincinin yaygınlaştırılması hedefiyle başarılı uygulamaların sıkça gündeme getirilmesi ve canlı birer örnek olarak sunulması fayda sağlayacaktır.

¹⁶³ Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, “Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı 2012-2016”, s.1-2, [http://www.oka.org.tr/Documents/T%C3%BCrkiye%20kooperatifcilik_stratejisi_ve_eylem_plani_\(2012-2016\).pdf](http://www.oka.org.tr/Documents/T%C3%BCrkiye%20kooperatifcilik_stratejisi_ve_eylem_plani_(2012-2016).pdf) (Erişim Tarihi 20.6.2015)

Bu alanda fayda getirebilecek diğer bir aktör ise meslek örgütleridir. Odalar ve birliklerden başlayarak federasyonlar ve konfederasyon yapılanmasına kadar tüm meslek örgütleri, kooperatifleşme konusunda bilincin yayılmasında faydalı birer partner olacaklardır. Burada, kooperatiflere yönelik destek ve teşvik mekanizmalarından bazılarının bu örgütler üzerinden dağıtılmasının planlanması, bu örgütlerin kooperatifleşme konusunda üyelerini ve diğer esnaf ve sanatkârı daha aktif bir biçimde yönlendirmesinde etkili olabilecektir.

Bilinçlendirme ve destek mekanizmalarının hedef kitlelerine daha etkin bir biçimde ulaştırılması hususuna ek olarak, mevcut başarılı kooperatiflerle ilişkilerin geliştirilerek neleri iyi yaptıklarının daha detaylı bir biçimde incelenmesi faydalı olacaktır. Yukarıda bahsedildiği gibi kooperatifleşme ve iş birliği yaparak maliyetleri düşürüp verim ve gücü artırma konuları, kağıt üzerinde tartışmasız konulardır. Uygulamada ise her kooperatifin aynı derecede başarılı olduğunu iddia etmek mümkün değildir. Dolayısıyla, sektörler ve meslekler özelinde, Türkiye'nin genel ekonomik şartları ve kooperatifin bulunacağı yerelin koşulları, sosyal ve kültürel faktörler ve daha pek çok farklı etkene göre kendini uyarlayacak kooperatif modellerinin oluşturulması şarttır.

16.11. Esnaf Çarşıları Oluşturulması

Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin rekabet konusunda en fazla şikâyet ettikleri konuların başında; sayıları her geçen gün artan AVM'ler ile çok geniş bir ürün yelpazesini bir arada satan büyük ölçekli süpermarketler ve "megastore"ların yaygınlaşması gelmektedir. Nitekim, bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen müşteri anketlerinde sektördeki müşterilerin büyük çoğunlukla AVM'ler ve büyük marketlerden alışveriş yapmayı tercih ettikleri bilgisine ulaşılmıştır. Alışverişlerinde ilk olarak AVM'ler ve büyük marketleri tercih edenlerin oranı ayakkabıda %57,5, giyimde %58,4 ve ev tekstilinde %47,1 olarak tespit edilmiştir.

Esnaf ve sanatkârın bu durumu değiştirmesi ve sektörde müşterilerin ilk tercihi hâline gelebilmesini anlamak için öncelikle AVM'ler ve büyük marketlerin neden tercih edildiklerini iyi anlamak gerekmektedir. Aynı ankette tercihlerini neden bu yönde kullandıkları sorulan müşterilerin verdikleri cevaplar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tablo 48. Müşteri anketine göre alışverişlerini en çok AVM/büyük marketlerden yapanlarda en fazla etkili olan faktör

	Ayakkabı (%, N=999)	Giyim (%, N=996)	Ev Tekstili (Perde, halı, nevresim, vb. %, N=882)
Ürün Kalitesi	42	43	33,5
Ürün Çeşitliliği	19	19,2	15,7
Ucuzluk	17,8	17	18,6
Park Yeri Kolaylığı	6,8	5,3	7
Konfor (Klima, temizlik, WC, vb.)	3,1	2,6	5,3

Kaynak: Esnaf ve Sanatkâr Özelinde Deri, Giyim Ayakkabı Sektör Analizi Projesi Müşteri Anketi, 2016

Bu tabloda görüldüğü gibi AVM ve büyük marketleri alışveriş için daha cazip kılan belli faktörler öne çıkmaktadır. Her ne kadar büyüklükleri nedeniyle maliyetleri düşürebilmek ve perakende satışında daha düşük fiyatlar sunabilmek gibi avantajları bulunsada, müşteriler nazarında ucuzluktan daha önemli olan faktörler bulunmaktadır. Bunların başında ürün kalitesi gelmekte, onu ürün çeşitliliği izlemektedir. Ucuzluk ancak üçüncü önemli faktör olarak dile getirilmiştir. Her ne kadar en önemli faktör olarak dile getirilme oranı daha düşük de olsa, park yeri kolaylığı ve konfor (klima, temizlik, WC, vb.) cevapları da verilmiştir.

Esnaf ve sanatkarın bu tür alışveriş alternatifleriyle etkin şekilde rekabet edebilmesi için müşterinin gözünde buraları cazip kılan bu avantaj ve hizmetleri kendisinin de sunabilmesi gerekmektedir. Bunu yapabilmesinin yollarından biri de “esnaf çarşıları” kurmasıdır. Çok genel ve basit bir tarif ile tamamı esnaf ve sanatkar işletmelerinden oluşacak bir AVM’yi andırabilecek esnaf çarşılarında, AVM’leri cazip kılan ürün çeşitliliği, park yeri kolaylığı ve konfor türü etkenler ile esnafı cazip kılan etkenler birleştirilebilecektir. Bu bağlamda esnaf çarşılarının planlamasının dikkatli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Müşterilerin ürün çeşitliliğinden iki tür kasıtları vardır: Almak isteyecekleri bir ürünün pek çok çeşidinin bulunması ve ihtiyaç duydukları/duyabilecekleri pek çok farklı ürünün bir arada bulunmasıdır. Diğer bir deyişle müşterinin gözünde AVM’leri cazip kılan etken şudur: Ayakkabı almak isteyen müşteri pek çok farklı ayakkabıyı bir arada bulma şansı olduğunu bildiği gibi, ayakkabının yanı sıra ihtiyaç duyduğu çorap ve diğer giysi ürünlerinin de AVM’de olduğunu bilmektedir. Esnaf çarşıları da buna paralel bir ürün çeşitliliği sunabilmelidir.

Ayrıca, konfor başlığı altında toplanmış olan temiz ve güvenli bir ortam, yemek yeme ve dinlenme imkânlarının olması ve diğer sosyal imkânlar AVM’lerin yalnızca birer alışveriş yapma yeri olarak değil, insanların genel anlamda zaman geçirebilecekleri yerler olarak görülmesini sağlamaktadır. Esnaf çarşılarının bu tür imkânlar da sunması gerekmektedir.

Yukarıda değinilmiş olan kooperatifleşme modeli, esnaf çarşılarının kurulmaları ve idare edilmelerinde rahatlıkla kullanılabilecek bir model olarak görülmektedir. Üyelerinin esnaf olacağı, ancak yönetiminde profesyonellerden de destek alınacak, güçlü kooperatifler tarafından yerel yönetimlerle yakın iş birliği içinde kurulacak esnaf çarşıları, AVM’lere güzel bir alternatif oluşturabilecek ve insanların alışveriş alışkanlıkları içinde kendine yer bulabileceklerdir.

16.12. Yatay ve Dikey Kümelenme, Entegre Üretim Sistemi

Kümelenme özellikle mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yoğunlukla bulunduğu ülkelerde maliyetlerin düşürülmesini, verimliliğin, istihdamın ve rekabet gücünün artmasını, iş birliği olanaklarının gelişmesini sağladığından bir ülke politikası olarak desteklenmekte ve çeşitli mekanizmalarla teşvik edilmektedir. Kümelenme; KOBİ’lerin önemli maliyet kalemlerini, ortak pazarlama, ortak AR-GE ve teknoloji kullanımını, insan kaynağının gelişmesi için ortak eğitim programları, ortak satın alma stratejileri ile düşürmekte ve böylelikle KOBİ’lerin rekabet gücünü artırmaktadır. Kümelenme, içindeki KOBİ’lerde üretkenliği artırmakta, verimliliği yükseltmekte ve yeni ürünlerin oluşmasını ve inovasyonu yönlendirerek sektörün genişlemesini ve güçlenmesini sağlamaktadır. Ayrıca kümelenmeler, bir ürün grubu ile ilgili değer zincirinin tüm elemanlarını içinde bulundurmaları sebebiyle, ilgili sek-

tördeki diğer firmalar için de bir cazibe merkezi olma potansiyeli taşımaktadır. Sonuç olarak kümelenmeler, KOBİ'lerin tek başlarına yapamayacakları pek çok girişimi diğer KOBİ'lerle birlikte yapma fırsatı sağlamaktadır.

Bu kapsamda, yoğunlukla KOBİ'lerden oluşan deri giyim ve ayakkabı sektörleri için kümelenme, Türkiye'de üretim maliyetleri yüksek olduğu ve yeterli düzeyde AR-GE ve inovasyon faaliyeti yapılmadığı için hayati önem taşımaktadır; hatta başarılı kümelenmeler kurulmadıkça, bu sektörlerin gelişmesi mümkün görülmemektedir. Kümelenme ile yerel düzeyde yapılan üretim, uluslararası piyasalara çıkma şansı yakalayacaktır.

Türkiye orta ve uzun vadeli kalkınma stratejisi dâhilinde kümelenmeye büyük önem vermektedir. Bu bağlamda Organize Sanayi Bölgeleri, Sanayi Siteleri ve Küçük Sanayi Sitelerinin kurulmalarının teşvikinden kümelenme proje ve girişimlerinin desteklenmesine kadar pek çok kamu girişimi sıralanabilir. Bu destek ve teşvik mekanizmalarının sürdürülmesi faydalı olacaktır. Öte yandan, kalkınma stratejisi bağlamında kümelenmenin daha etkili ve faydalı olması için bu araştırma kapsamında yapılan incelemelere dayanarak bazı öneriler geliştirilebilir.

Bu bağlamda hem İtalya hem de Çin ülke incelemeleri, bu ülkelerin kalkınmalarında ve sektörde küresel anlamda önemli birer oyuncu hâline gelmelerinde izledikleri tutarlı kümelenme politikalarının payını gözler önüne sermektedir. Her iki örnekte de, öncelikle doğal olarak oluşmuş, ham maddeye yakın, dağıtım kanallarına sahip, arz-talep zincirleri bağlamında kolay erişilebilir vb. avantajlara sahip olan küçük kümelenme yapıları desteklenerek büyütülmüştür.

Buna ek olarak her iki ülkede; bölgelerin, ekonomik aktivitelerin ve ulaşmak istenen hedeflerin çeşitliliği göz önünde bulundurularak birden fazla kümelenme yapı ve sistemi geliştirilmiştir. Bu farklı yapıların birbirleriyle yakın işlevsel ilişki içinde olmasına, örneğin organize sanayi bölgeleri ile serbest ticaret bölgelerinin birbirlerinin aktivitelerine destek olacak şekilde çalışmasına özen gösterilmiştir. Bununla bağlantılı olarak, özellikle Çin'de; yatay ve dikey kümelenme yapılarının bir arada uygulanması yoluyla entegre üretim süreçlerinin oluşturulması, böylece ham maddeden başlayarak nihai ürünün paketlenmesine kadar bütün işlemlerin belli bir merkezde ve koordineli olarak yapılması, dolayısıyla katma değerinin tamamının elde tutulması ile araçlara verilen komisyon maliyetinin ortadan kalkması hedeflenmiştir.

İyi uygulamaların yerinde incelenmesi çalışması kapsamında, Türkiye'de incelenen kümelenme örneklerinde, başarıyı getiren unsurların hangileri olduğu ilgili başlık altında detaylı biçimde aktarılmıştır. Özetle yinelemek gerekirse, bir kümelenme örneğinin başarısı; sunulan hizmetler, doluluk/faaliyet oranı, yönetimin aktif olması, sunulan sosyal imkânlar, reklam ve pazarlama faaliyetleri, ulaşım kolaylığı, mesleki eğitim ile uygulamayı harmanlayabilmesi ve yerel yönetimlerle yapıcı ilişkiler kurmasına bağlı görünmektedir.

16.13. Kaliteli Ürün, Markalaşma, Tasarım, İnovasyon ve Teknolojiye Yönelme

Dış ticaret verilerinde ve yapılan SWOT analizlerinde de açıkça görüldüğü gibi Türkiye'nin deri, giyim ve ayakkabı sektöründe geçmişinden gelen önemli avantajları bulunmaktadır.

Bunlar arasında yetişmiş iş gücü, ham madde ve yerleşmiş ihracat yapma pratikleri öne çıkmaktadır. Ancak dünyada sektörün durumunun irdelendiği bölümde de aktarıldığı gibi, bu sektörlerde küresel ticaret son yıllarda kökten bir dönüşüme uğramaktadır. Çin, Hindistan ve Bangladeş gibi ülkeler, düşük maliyet seviyelerinden faydalanarak DGA sektöründe sınırlı kalitede ancak ucuz mal üretimi yoluyla önemli pay edinmişlerdir. Hâlihazırda bu tür ülkelerin piyasada elde ettikleri konum Türkiye vb. ülkelerin piyasa payından gelmektedir.

Öte yandan, AB ülkeleri ve sektörün diğer gelişmiş ülkeleri tasarım yönü güçlü, teknolojik üretim araçlarından faydalanan, inovasyonu öne çıkaran, kalitesiyle tanınan markalar yaratma ve sektördeki alım gücü daha yüksek olan alıcıları hedefleme yoluna gitmişlerdir. Bu durumda, üretimin sınır dışına taşındığı hâllerde dahi, fikri mülkiyet hakları ve küresel ticaretteki pozisyonlanmaları sayesinde katma değer büyük kısmını ülke ekonomisi içinde tutabilmektedirler.

Türkiye'nin de makro-politik vizyon olarak küresel piyasalarda kendine rakip olarak Çin, Hindistan, Bangladeş gibi ülkeleri seçmek yerine İtalya, Fransa ve İngiltere gibi ülkeleri seçmesi gerekmektedir. Zira, her ne kadar Çin'de yaşanan büyük ekonomik dönüşüm ve strateji değişikliği nedeniyle orta ve uzun vadede bu sektörlerin küresel piyasalarındaki hakimiyeti azalacak gibi görünse de, onun yerini alacak ve o konum için rekabet edecek çok sayıda ülke zaten bulunmaktadır. Türkiye coğrafi konumunun, AB Gümrük Birliği üyeliğinin ve nihai üyelik hedefinin avantajlarını kullanarak kaliteli markalar yaratıp, tasarım ve inovasyona yatırım yaparak sektörünün trend belirleyici ve lider ülkeleri arasına girmeyi hedeflemelidir.

Buraya kadar konunun makro-ekonomik boyutu ele alınmıştır. En az bu boyutu kadar önemli olan mikro boyutu da ele alınmaya değerdir. AB ve OECD üyesi ülkelerin KO-Bİ'lere yönelik olarak tasarlayıp uyguladığı desteklerin ana eksen; bu küçük ve orta ölçekli işletmelerin ürün kalitesini inovatif yöntemler kullanarak artırması, mesleki süreçlerinin tamamında teknolojik imkânlardan faydalanması ve markalaşması olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim, günümüzün küresel ekonomisinde, boyutu küçük olduğu için maliyetlerini düşürerek fiyat rekabeti yapma şansı olmayan aktörlerin en büyük şansı, orijinal tasarım ürünleri ve inovatif üretim süreçleri yoluyla sektörde kendi nişlerini yaratmaktır. İnternet ve ucuzlayan ulaştırma maliyetleri başta olmak üzere, günümüzün teknolojik imkânları çok düşük bir maliyetle tek bir perakende ürünün dünyanın öbür ucuna satılmasını ve bundan kâr elde edilebilmesini olanaklı kılmıştır.

Yine bu araştırma kapsamında yapılan mülakatlarda esnaf olarak iş hayatına başlayıp büyüyerek şirketleşen firmaların çoğunluğu, özellikle AR-GE ve tasarım faaliyetlerinin firmanın büyümesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır. Sürdürülebilir bir üretim için sektördeki yenilikleri takip ederek yeni ürünler ve tasarımlar yaratmak, özellikle bir moda sektörü olan deri giyim ve ayakkabı sektörü için çok önemlidir. Bu bağlamda piyasaya yön vermek ve talepleri şekillendirme gücüne sahip olmak için firmalar, hem AR-GE yapmak hem de yeni tasarımlara imza atmak zorundadırlar. Sadece yurt dışından üretilen modelleri taklit etme yoluyla sektörde yeterli büyümeye ulaşılması çok zor görülmektedir. Bu sebeple dış pazarlardaki gelişme ve yenilikleri, firmaların kendi içindeki AR-GE ve tasarım faaliyetleri ile güçlendirerek yeniliklere imza atılması, bu firmaların diğer firmalardan

farklılaşmasını, sektörde ön plana çıkmasını sağlamaktadır. AR-GE ve tasarım sektörün dünyada en bilinen üreticilerinden olan İtalya'daki firmaların, çok önem verdiği bir faaliyet olarak karşımıza çıkmakta ve ülkeyi bu konuda lider konuma taşımaktadır. Bu bakımdan Türkiye'deki esnaf da kendini geliştirmek için AR-GE ve tasarıma yatırım yaparak sektörde yüksek kalitede üretim ve moda yön verme gücüyle kalıcılığı sağlayabilecektir.

Türkiye'deki esnaf ve sanatkarların bu imkânlardan daha fazla istifade edebilmeleri için, teknolojik ve inovatif üretim süreçlerini benimsemeleri; orijinal tasarım ürünleri ile piyasada tanınan bir marka oluşturma vizyonuna sahip olmaları gerekmektedir. Türkiye'deki esnaf ve sanatkarların bugün bu vizyondan oldukça uzak olduklarını esefle belirtmek gerekir. Bu proje kapsamında gerçekleştirilen esnaf anketi sonuçlarına göre;

- Teknoloji ve inovasyon yeni bir iş yeri açarken dikkat edilmesi gereken ilk 5 unsur arasında belirtilmemiş (işletmenin konumu ve yerel rekabet koşulları gibi unsurlar öne çıkarılmıştır),
- Üretimde kalite standardını sağlamak için teknolojiden yararlandığını söyleyenlerin oranı %2'ye bile ulaşmamış,
- Ankete katılan esnafın toplamda %35'i aşkın bir kısmı teknolojiyi mesleklerinin geleceği açısından bir tehdit olarak gördüklerini ifade etmiş,
- Ankete katılanların %70'e yakın bir kısmı kendi meslekleriyle ilgili teknolojik gelişmeleri takip etmediğini belirtmiştir.

Esnaf ve sanatkarlar ile KOBİ'lerin teknoloji ve inovasyona yatırım yapmaları, girişimcilik ve markalaşmaya yönelmeleri için tasarlanmış çok sayıda teşvik ve destek mekanizması bulunmaktadır. Ancak yukarıda verilerle desteklenen vizyon eksikliği giderilmeden, yalnızca kaynak ayrılması yoluyla bu hedefe ulaşmak mümkün olmayacaktır. Dolayısıyla, öncelikli olarak eğitim sisteminin içinden başlayarak teknolojiye ve inovasyona bakış konularında topyekûn bir dönüşüm süreci gereklidir. Yüksek teknoloji ve inovatif yöntemler, yalnızca çok sınırlı bir kesimin uğraştığı "lüks" konular olmaktan çıkarılmalı; her meslek sahibinin günün imkânlarından faydalanarak ama varsa kültürel/geleneksel özü de koruyarak, daha verimli, daha kaliteli ve daha güvenli çalışmasının asgari bir aracı olmalıdır.

16.14. Büyük Şirketler ile KOBİ ve Esnaf-Sanatkâr İşletmelerinin İş Birliği Yapmalarını Teşvik Etme

Araştırma kapsamında öne çıkan başarı unsurlarından biri, özellikle küresel piyasalarda söz sahibi olmak ve ihracat hacmini artırmak isteyen ülkelerin, ekonomilerindeki çeşitli boyutta aktörü birbirleriyle rakip olarak değil, iş ortağı olarak konumlandırma çabasıdır. Çin örneğinde çok net bir şekilde görülen bu politika ile, dünya pazarlarıyla bağlantılı olan büyük ölçekli işletmeler ile orta ve küçük ölçekli işletmeler birlikte çalışma konusunda teşvik edilmiştir. Böylece daha etkin satış ve pazarlama ağı ve mekanizmalarına sahip olan büyük işletmeler siparişleri toplamakta; üretimde ise çok çeşitli işletmeler fason üreterek bu siparişin gerekli standartlar dâhilinde ve istenen süre içinde yetiştirilmesini sağlamaktadır.

Bu uygulamanın bir diğer avantajı da, aynı sektördeki farklı işletmeleri, birbirlerinden müşteri kapmaya çalışan, bu amaçla fiyat kırıp bütün işletmeler açısından olumsuz sonuçlara neden olan rakipler olarak değil de eşgüdüm içinde ortaklar olarak varlıklarını sürdürebilmelerinin sağlanmasıdır.

Benzer bir gözlem, iyi uygulamaların yerinde incelenmesi çalışması kapsamında yapılmıştır. İyi uygulama örneği olarak öne çıkan bazı işletmelerde, onları başarılı kılan unsurun, tanınmış büyük ölçekli firmalar için yüksek kalite fason üretim yapmaları olduğu görülmüştür. Bu strateji özellikle tasarım, markalaşma ve pazarlama vb. faaliyetlere yeterince kaynak ayıramayacak durumdaki işletmeler için kısa vadede çok faydalı olabilmektedir. Belli bir üretim ve satış hacmini düzenli olarak bu firmalardan sağlayan işletmeler bir yandan da tasarım, makineleşme ve kaliteli üretim konularında deneyim kazanmakta ve kendilerini geliştirebilmektedir.

Ayrıca, büyük pazarlara kendi başına erişim şansı olmayan bu küçük ölçekli işletmelerin, bu pazarlara dolaylı olarak da olsa ürün satabilmesi bu şekilde sağlanabilmiş olmaktadır. Bu durum da üreticiye hem sektör içerisinde hem de satışın yapıldığı pazarlarda olumlu bir referans kazandırmakta, ileride pek çok kapıyı açma potansiyeli taşımaktadır.

16.15. Meslek Tanımları ve Haritaları

Proje kapsamında dâhil edilen meslek tanımları ile ilgili karşılaşılan en büyük sorun meslek tanımlarının bulunmaması veya dolaylı isimlerle kullanılmasıdır. Bu sebeple İŞKUR ve MYK bünyesinde kapsamlı çalıştaylar düzenlenerek özellikle işlemecilik, pikoculuk, tekstil malzemeleri imalatçısı, tekstil malzemeleri satıcısı, cüzdan, kemer vb. imalatçılığı ve perde imalatçılığı konularında yeni tanımlar yapılması çalışmaları sürdürülmelidir. Bunun haricinde aynı mesleğe yönelik olarak farklı terimler kullanılabilmektedir. Örneğin; terzi, dikimci, dikim elemanı ve dikişçi gibi, terzilik mesleğine atfedilen birçok terim mevcuttur. Bu gibi terimler yine kapsamlı çalıştaylar ile konunun uzmanlarının dâhil olduğu bir ekip tarafından birleştirilebilir ya da arasındaki farklar net bir şekilde ortaya koyulabilir. Bu raporda sunulan ve proje kapsamında üretilen terimler de bundan sonraki aşamada geliştirilebilecek terimler için yol gösterici olabilecek niteliktedir.

Bu proje dâhilinde gerçekleştirilen meslek haritaları ve alt mesleklerin belirlenmesi çalışmalarına ek olarak, daha büyük çapta meslek haritaları projesi yapılarak hem meslek kuruluşlarından hem MEB'den hem de MYK'dan katılımcıların ve uzmanların katkılarıyla daha kapsamlı meslek haritaları oluşturulabilecektir. Böylelikle Türkiye'deki mesleklerin geleneksel yapısı ortaya konulmuş olabilecektir.

16.16. Teşvik ve Destekler

Öncelikle belirtmek gerekir ki Türkiye'de esnaf ve sanatkâr işletmelerine, KOBİ'lere, girişimcilere, kadınlar başta olmak üzere ekonomik açıdan dezavantajlı kesimlere yönelik olarak tasarlanmış ve uygulanmakta olan çok sayıda ve çeşitte teşvik ve destek programı bulunmaktadır. Bu programlara ayrılmış olan ve bunlar vasıtasıyla ekonomiye dağıtılan ekonomik kaynaklar da yeterince büyüktür. Öte yandan, bu proje kapsamında yapılan çeşitli çalışmalarda esnaf ve sanatkâr tarafından yöneltilen talepler, ekseriyetle “devlet bizi des-

teklesin, devlet maliyetlerimizde (sigorta primi, elektrik, stopaj, vb.) indirim yapsın, çeşitli harcamalarımızı devlet yapsın” şeklinde olmuştur. Dolayısıyla sorunun, esnaf ve sanatkâra yönelik hazırlanmış teşvik ve destek mekanizmalarının az olmasından veya yetersiz kaynak ayrılmasından farklı bir nedeni olduğu görülmektedir. Bu sorunun aşılması için atılması önerilen bazı adımlar aşağıda sıralanmıştır. Ancak altı çizilmesi gereken esas vizyon şu olmalıdır: Kamu kaynakları pasif bir şekilde devlet desteği talep eden ve aldığı destekleri çoğu zaman amacı dışında kullanan esnaf ve sanatkârları değil; büyümek ve gelişmek isteyen, kurumsallaşma ve markalaşma gibi vizyonlara sahip, teknoloji ve inovasyona açık, projeler geliştiren ve bu projeleri gerçekleştirmek için desteğe ihtiyacı olan esnaf ve sanatkârı desteklemek için kullanılmalıdır. Dolayısıyla da teşvik ve destek mekanizmaları, tasarım ve uygulanma aşamasında bu vizyon doğrultusunda sektörde dönüştürücü bir işlev görmeyi de hedeflemelidir.

Türkiye’de birçok teşvik programı uygulanmakta olsa dahi bunların ulaşılabilirlik düzeyi ve niteliği hâlâ bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Esnafın teşvik ve destek programlarına erişiminin artması için atılabilecek ilk adım; her bir kurumun esnafa yönelik hazırladığı ve esnafın faydalanma olanağı bulunan teşvik, destek vb. program ve mekanizmaları hakkındaki bilgilerin **tek bir kaynaktan toplanarak** esnafın erişimine sağlanması olabilir. Bu bilgiler bir internet sitesinde veya bir portal altında birleştirilerek; esnaf ve sanatkârların bu teşvikler, teşviklere başvuru koşulları ve yöntemleri hakkında gerekli bilgilere erişimi kolaylaştırılabilir. Böylece, devletten daha fazla destek talebinde bulunan ancak hâlihazırda mevcut destek, teşvik vb. olanaklardan haberdar olmayan esnafın bilgi eksikliği tamamlanabilecektir.

Birçok teşvik programı özellikle KOBİ’ler, esnaf ve sanatkârlar için “kâğıt üzerinde” mevcut görünmekte ve bu teşviklerden faydalanma oranları çok düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu teşvik ve desteklerden yeterince yararlanamamanın nedenleri arasında, özellikle bürokratik işlemlerin yoğun olması, başvuru şartlarının ağır olması, başvurularda proje uzmanlarına ihtiyaç duyulması, başvuruların maliyetli olması ve bilgi eksikliği gibi sebepler ön plana çıkmaktadır. Bu nedenlerle portal oluşturulmasının yanı sıra, özellikle meslek kuruluşlarının ve devlet kuruluşlarının esnafa teşvik ve desteklerle ilgili daha etkin bilgilendirmeler yapması gerekmektedir. KOSGEB gibi destek veren kuruluşların da düzenli eğitimler ve bilgilendirme toplantıları düzenleyerek esnaf ve sanatkârın konu hakkındaki bilgi eksikliklerini gidermeleri gerekmektedir. Bunun yanında ilgili kuruluşlar eğitim materyalleri, tanıtım broşürleri ve web siteleri aracılığıyla daha etkin bir bilgilendirme çalışmasına girmelidir.

Türkiye’de özellikle, sektöre özel teşvik ve destek programlarının üretilmesi ve uygulanması konusunda eksiklikler bulunmaktadır. Gemi inşaatı sektörü haricinde herhangi bir sektöre özgü olarak uygulanan teşvik tedbiri bulunmamaktadır.¹⁶⁴ Bir başka deyişle, üretilen teşvik programları tüm sektörleri kapsamaktadır. Teşvik ve kredi vermekte sektörel alanların uygulanması yerine, yatırımlar; AR-GE, ihracat, KOBİ, bölgesel gelişme gibi bütün sektörleri ilgilendiren alanlarda uygulanmaktadır. Bu çerçevede deri, giyim ve ayakkabı sektörüne

¹⁶⁴ Arslan, Karaman. (2008). Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası, MÜSİAD Araştırma Raporları: 57, İstanbul.

özgü herhangi bir teşvik programı bulunmamaktadır. Ülkemizde sektöre özel teşvikler ile esnaf ve sanatkârı geliştirecek programlar bulunmaması büyük bir eksikliklerdir. Hâlihazırda mevcut olan teşvikler Yabancı Sermaye Mevzuatı, Serbest Bölge Mevzuatı, Gelir ve Kurumlar Vergisi Mevzuatı, Organize Sanayi Bölgeleri Mevzuatı, Teknoparklarla İlgili Mevzuat, Tapu Kadastro Mevzuatı, Yerel Yönetimler Mevzuatı ve Yatırımlarla İlgili Bakanlar Kurulu Kararları gibi farklı yasal çerçeveler içine serpiştirilmiştir ve bu mevzuatın çeşitliliğinin karışıklıklara ve irrasyonel yatırım kararlarına yol açabilme ihtimali bulunmaktadır.¹⁶⁵

Teşvik ve desteklerden faydalanmak için yapılması gereken bürokratik işlemlerin de azaltılması elzem bir adım olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu işlemlerin tek bir sistem üzerinden ve tek bir kurum üzerinden yapılması hem bilgi akışının kolaylaşmasını hem de bürokratik işlemlerin azalmasını sağlayacaktır.

Bunun yanında özellikle KOSGEB gibi proje temelinde destek veren kurumların, proje yazma birimleri geliştirerek esnafa bu konuda ücretsiz destek verme imkânlarını geliştirmeleri, yenilik fikri olan esnaf ve sanatkâr için başvuru sürecini kolaylaştırmaları gibi çabalar, başvuruların sayısını arttırabilecektir. Benzer bir şekilde meslek kuruluşları da proje hazırlama desteği sağlayacak adımlar atmalıdır. Bu adımlar belirli proje ofisleriyle indirim anlaşmaları, düzenli proje yazma eğitimleri verilmesi ve ilgili eğitim materyallerinin hazırlanması şeklinde olabilir.

Esnaf ve sanatkârın kullandığı Hazine destekli kredilerin sektörün ihtiyacına göre planlanması ve ihtiyaçlara özgü kredilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Hazine destekli Halkbank kredilerinin Esnaf ve Sanatkâr Kredi ve Kefalet Kooperatifleri kefaletiyle kullanılarak, kefalet temini konusunda problemler yaşanmaktadır. Esnaf ve sanatkârın finansman ihtiyacını karşılamak için kurulmuş olan esnaf ve sanatkârlar kredi ve kefalet kooperatifleri, hâlihazırda bir kefalet sistemi olarak çalışması gerekirken, kendisi de (memur-esnaf) kefil veya ipotek talep etmekte; bu durum kefaletin kefil gibi bir sonuç ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunun çözümü için öncelikle sektöre özgü üretimi arttırmaya yönelik sıfır faizli krediler sağlanması gerekliliği doğmaktadır. Ek olarak kefalet şartının yeniden yapılandırıldığı yeni kredi çeşitleri geliştirilmesi önemlidir. Sıfır faizli kredi modelinde kefalet şartı devam etse de hangi şartlarda kredi verileceği kooperatif ana sözleşmesinde açık bir şekilde ifade edilmelidir.

Esnaf ve Sanatkar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri tarafından verilen kredilerin şartlarının ağır olduğu görülmektedir. Özellikle sicil kaydı hakkındaki şartlar (borcu olmaması ve sicilinin temiz olması), esnafın bu krediyi almasını zorlaştırmaktadır. Kredi ve kefalet kooperatifleri tarafından verilen krediler her ne kadar çok avantajlı görünse de kredi için bloke sermaye, masraf karşılığı ve risk fonu kesintileri ile üst kuruluş katılım payı gibi alınan kredinin %4,5'ini bulan masraflar, bu avantajlı durumu değiştirmektedir (Anasözleşme madde 11, 21, 62, ve 72). Bu sebeple, kredi kullanılırken yapılan kesintiler esnaf ve sanatkârın, kredi ve kefalet kooperatifi kefaletiyle kredi kullanma isteğini azaltmakta; Halkbank kredilerinin diğer özel banka kredilerine göre avantajlı konumuna zarar vermektedir. Bu so-

¹⁶⁵ A.g.e.

runların çözümü için iki yöntem izlenebilir. Anasözleşme’de değişiklik yapılarak söz konusu kesintilerin azaltılması, daha çok esnafın kredi kullanmasını sağlayacaktır.

16.17. Dış Ticaretin Kolaylaştırılması

Türkiye, hem üretim kapasitesi hem Avrupa ve Asya kıtalarının arasında yer alan konumu sebebiyle dış ticaret açısından potansiyeli yüksek bir ülkedir. Deri giyim ve ayakkabı sektörlerinde üretim kapasitesi ve arz potansiyeli bakımından birçok ülke ile yarışabilecek bir konumda olmasına rağmen, ülkemizin bu potansiyeli yurt dışında henüz yeterince bilinmemektedir. Ülkemizin ihracat potansiyelini devlet aracılığı ve desteği ile yurt dışında tanıtmak bu sebeple çok önemlidir. Bunun yanında ülkemizin mevcut ihracat potansiyelini yeterince kullanamamasına sebep olan küçük atölye tipi üretim biçiminin hakim olması, kalifiye olmayan iş gücü, yan sanayi girdilerinde standart ve kalite eksikliği ve ithalat rekabeti gibi yapısal sorunların çözümü için köklü çözümlerin geliştirilmesi de gerekmektedir.¹⁶⁶ Bu çözümler dış ticaretin ihracat ayağının gelişmesinde önemli rol oynayacaktır.

Türkiye’de dış ticaretin geliştirilmesi için işlemlerin kolaylaştırılması gerekmektedir. Bunun için alınabilecek önlemler ve atılacak adımlar çok yönlü olmalıdır. Öncelikle Türkiye’de dış ticaretin kolaylaştırılması sürecinde kamu kurumları ve özel sektör arasındaki koordinasyon önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Prosedürlerin ve gümrük işlemlerinin basitleştirilmesi ve standart hâle getirilmesinin ve uyumlaştırılmasının yanı sıra, fiziki altyapının (örneğin limanlar, gümrük kapıları, yollar vb.) geliştirilmesi de önem taşımaktadır. Kısacası, bürokratik işlemlerin kolaylaştırılması, ticaretin kolaylaştırılması açısından önemli bir adım olsa dahi, malların fiziki olarak satıcıdan alıcıya ulaşmasını sağlayacak tedbirler ve alt yapı çalışmalarının yapılması da büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmalara konu olabilecek alanlar aşağıdaki gibi olabilir;

1. Gümrük Prosedürleri
2. Menşe Kuralları
3. Tarife Sınıflandırması
4. Dâhilde ve Hariçte İşleme Yardımları
5. Sağlık ve Güvenlik Düzenlemeleri ve Standartları
6. Muayeneler
7. İstatistik Toplama (örneğin Intrastat)
8. Sınırdaki KDV ve Gümrük Vergilerinin Tahsili
9. Ulaştırma Altyapısı
10. Nakliye Ücretleri

¹⁶⁶ Ekonomi Bakanlığı, “Ayakkabı Sektörü, Sektör Raporları”, 2014. <http://www.ttsso.org.tr/dosyalar/ayakkabi-sektoru-raporu.pdf> (Erişim Tarihi: 19.7.2016)

11. Sınır Güvenlik Prosedürleri ¹⁶⁷

Dış ticareti kolaylaştırmaya yönelik alınan tedbirlerin başarılı olması, o ülkedeki ticaret maliyetlerini azaltarak önemli bir rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Fakat bu tedbirlerin maksimum faydayı sağlaması için, diğer ülkelerin de benzer tedbirleri almaları gerekmektedir. Çünkü ülkelerde uygulanan ticaret prosedürlerinin benzerlik göstermesi, firmaların uluslararası ticarete karşılaştıkları prosedürlere uyumlarını kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle, ticaretin kolaylaştırılması amacıyla birçok uluslararası anlaşma imzalanmış ve uluslararası kuruluşlar tarafından çeşitli standart tavsiyeler kabul edilmiş; rehber, endeks ve kılavuzlar hazırlanmıştır. ¹⁶⁸

Birçok ülke (UNCTAD'a göre yaklaşık 50 ülke), ¹⁶⁹ dış ticaretin kolaylaştırılmasına yönelik etkili, düzenli ve sonuç odaklı koordinasyonu sağlamak üzere Daimi Koordinasyon Komitesi oluşturarak sorunların hızlı ve doğru bir şekilde tespit edilmesi ve en uygun çözümlerin bulunabilmesi çalışmalarına devam etmektedir. Daimi Koordinasyon Komitesi, Ticareti Kolaylaştırma Ulusal Organı olarak da bilinmektedir ve birçok ülkede geliştirilecek tedbirlerin yerinde olmasını sağlayarak uygulamadan doğabilecek sorunların önüne geçebilmektedir. ¹⁷⁰

¹⁶⁷ İngiltere İş, Yenilik ve Beceriler Bakanlığı (2011)

¹⁶⁸ Deliçay, M. (2015). Dünyada ve Türkiye'de Dış Ticareti Kolaylaştırmaya Yönelik Ulusal Koordinasyon Çalışmaları, Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.

¹⁶⁹ A.g.e.

¹⁷⁰ A.g.e.



Bölüm 17

Proje Kapsamındaki Mesleklere
İlişkin Bulgu ve Değerlendirmeler



17.1. Terzilik

17.1.1. Mesleğin Tanımları

İŞKUR Tanımı: Terzilik meslek dalı İŞKUR tarafından alt-dallara ayrılarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda 7531.13 meslek kodu ile belirlenen terzilik mesleğinin altında bir tanım bulunmamakla birlikte, terzilik 6 alt dala ayrılarak ayrı ayrı tanımlanmıştır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir:

Terzi (Abiye ve Gelinlik): Alınan sipariş ve istenilen modele göre her tür abiye ve gelinlik kumaşını biçen, provaya hazırlayan, prova yapan, diken, süsleyip ütüsünü yapan, hazırladığı abiye elbise veya gelinliği müşterinin beğenisine sunan nitelikli kişidir.

Bayan Terzisi: Kadın giyimini oluşturan elbise, pantolon, etek, bluz, gömlek, ceket, gelinlik, gece kıyafeti, manto gibi giyim eşyalarını, kişilerin siparişine göre imal etmek ve/veya onarımı için her tür kumaşı biçme, prova yapma, dikme, süsleme, ütüleme ve müşteriye sunma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Erkek Terzisi: Kendi başına ve belirli bir süre içerisinde, siparişe göre erkek giysileri üretmek için; her tür kumaşı biçme, prova yapma, dikme, ütüleme ve müşteriye sunma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Terzi (Kadın Manto- Kaban Dikimcisi): Kadın manto-kabanının kalıp, kesim ve dikim öncesi işlemlerini hazırlayarak, dikimini yapabilme bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Terzi (Otel): Konaklama vb. işletmelerde personel üniformaları, müşteri giysileri, te-siste kullanılan kumaş eşyaları dikme, tamir etme vb. işleri yapma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Kadın Üst Giysileri Dikim Elemanı: Kadın üst giysilerinin (düz dar etek, temel etek-ler, model uygulancaklı etek, spor etek), (bluz, kadın gömleği) (elbise, spor elbise), (Drapaj tekniğiyle etek-bluz-elbise), (fantezi elbise-tuvalet), (gelinlik ve nikâh kıyafetlerinin), (kadın pantolonu-model uygulancaklı kadın pantolonu-kadın jean pantolon-kadın spor pantolon), (tişört-çşofman-tayt/body), (kadın safari takımının) kalıp, kesim ve dikim öncesi işlemlerini hazırlayarak, dikimini yapabilme bilgi ve becerisine sahip kişidir.

MYK Tanımı: MYK, terzilik mesleğini kadın ve erkek terzisi olarak ikiye ayırmıştır. Bu bağlamda kadın ve erkek terzisi ayrı ayrı tanımlanmıştır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir.

Kadın Terzisi: İş sağlığı ve güvenliği ve çevre ile ilgili önlemleri alarak, kalite sistemleri çerçevesinde; kadın giyim alanında iş organizasyonu, ön hazırlık, kesim, dikiş, tadilat ve süsleme işlemlerini yapan ve mesleki gelişim faaliyetlerine katılan nitelikli kişidir.

Erkek Terzisi: İş sağlığı ve güvenliği ve çevre ile ilgili önlemleri alarak, kalite sistemleri çerçevesinde; erkek giyimi alanında iş organizasyonu, ön hazırlık, kesim, dikim ve tadilat işlemlerini yapan ve mesleki gelişime yönelik faaliyetlere katılan nitelikli kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Tekstil ürünlerini sipariş üzerine işleyerek giysi ya da ev tekstil ürünleri hâline dönüştürme işidir.

17.1.2. Mesleğin Tarihçesi

Giyim kuşam ihtiyacından doğmuş olan terzilik mesleği, modernleşmiş şekilde günümüzde az da olsa varlığını korumaktadır. Sanayi Devrimi sonrasında Avrupalı erkeklerin değişen giyiminde, öncelikle terzilik sanatında ortaya çıkan yenilikler belirleyici olmuştur. Osmanlı'da gelenekselleşen giysilerin yanında modern, bedene yapışan erkek giysilerinin üretimi de bu dönemde başlamıştır.

Avrupa'dan öğrenilen terzilik bilgileri, yeni gündelik yaşamın gereksinimlerini karşılayacak giysileri üretme isteği ve terzilikte bu dönemde yaşanan devrimler sonunda yerli terzi ihtiyacı doğmuştur; terzilik eğitime yönelik ilk hareketler gerek yayınlarla, gerekse kurs ya da okullarla kendini göstermeye başlamıştır. Günümüzde hazır giyim sanayisinin gelişmesiyle birlikte ısmarlama giysiye olan ilgi azalmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle tekstil ve hazır giyim sektörüne dâhil edebileceğimiz tüm meslekler değişim geçirmiştir. Emek yoğun üretim yapan birçok işletme de, sermaye yoğun üretime geçiş ekonomik faaliyetlerini sürdürmektedir.

17.1.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

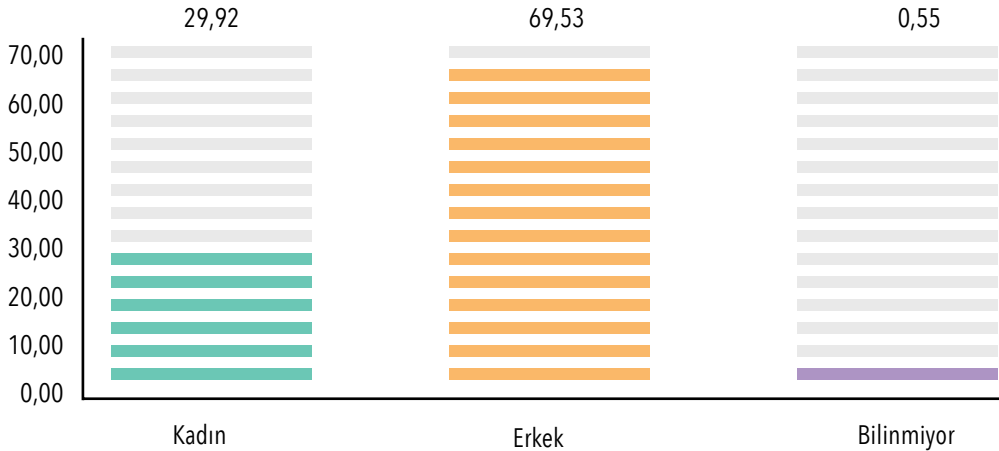
Ülke genelindeki toplam işletme sayılarına bakıldığında, bu meslek dalında esnaf siciline kayıtlı 18466 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

17.1.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Terzilik mesleğindeki 18466 iş yerine bakıldığında, bu iş yerlerinin %70'inin erkeklere; %30'unun ise kadınlara kayıtlı olduğu görülmektedir. Kayıtlı iş yerlerinin yaklaşık üçte birinin kadınlar tarafından işletiliyor olması, bu meslekte kadın temsiliyetinin az olmadığını göstermektedir. Bu çalışanların yaş ortalaması 48'dir.

SGK'nın sağladığı verilere göre 2015 yılı itibarıyla Terzilik mesleğindeki sigortalı çalışan sayısı 6837'dir.

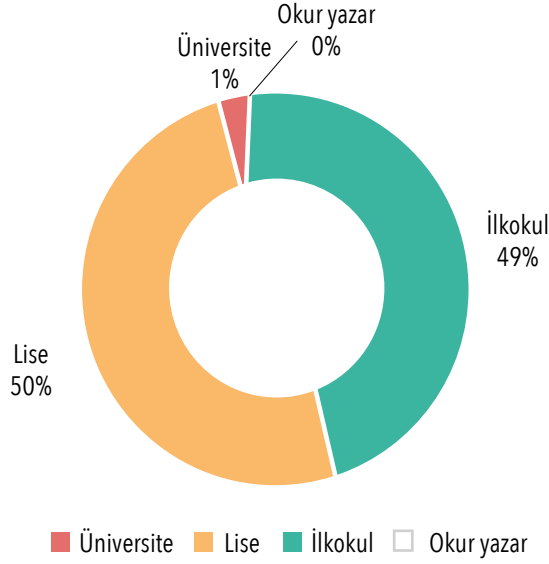
Şekil 29. Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Çalışanların eğitim durumlarıyla ilgili verilere bakıldığında terzi esnafının %1 gibi küçük bir kısmının üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Terzilik mesleğindeki esnafın yaklaşık yarısı lise mezunu iken, yarısı da ilkokul mezunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 30. Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

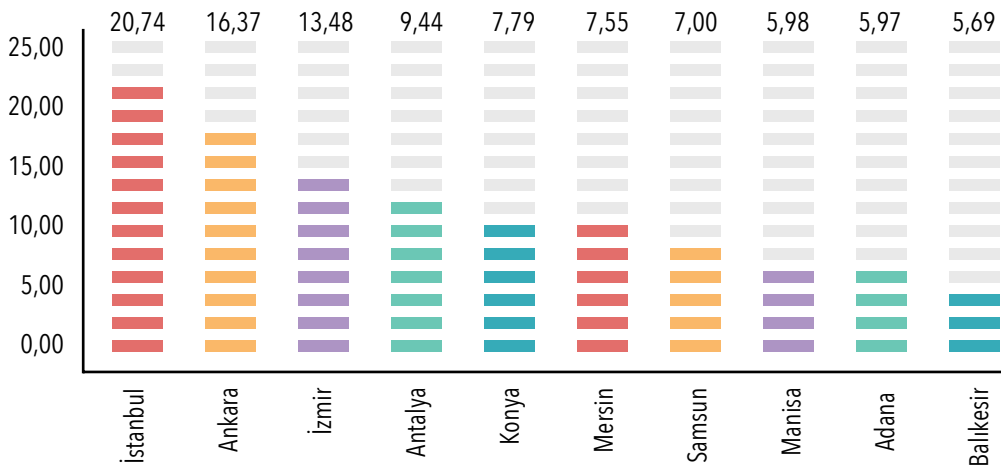


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

171.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Bu meslekteki esnaf ve sanatkârlara ait iş yerlerinin illere göre dağılımıyla ilgili de veri bulunmaktadır. Buna göre terziilik mesleğindeki iş yerleri sayısına göre ilk 10 il, aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. Beklenen bir şekilde, en fazla sayıda iş yerine İstanbul ev sahipliği yapmaktadır. Onu takiben ise sırasıyla Ankara, İzmir, Antalya ve Konya, ilk 5 sıradaki yerleri paylaşmaktadır.

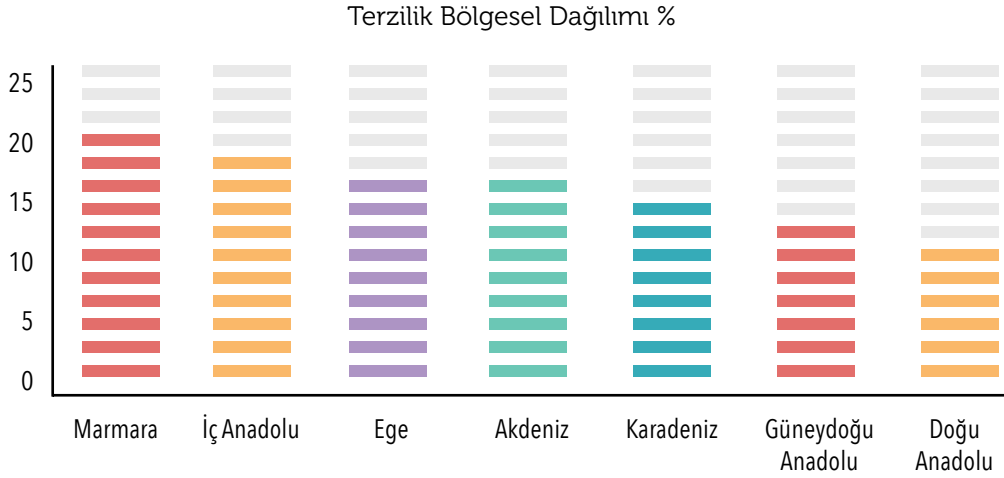
Şekil 31. Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Terzilik mesleğindeki 18466 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Ege Bölgesi ve Akdeniz Bölgesidir.

Şekil 32. Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

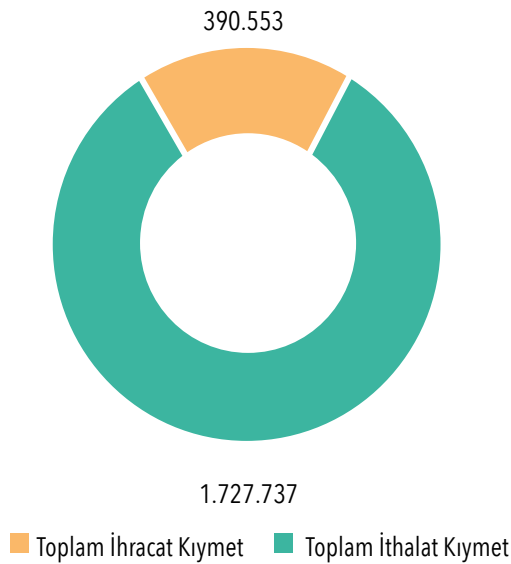


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.1.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre terzilik ile uğraşan esnafın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat yaklaşık 390 bin dolar seviyesinde iken; toplam ithalat ise bunun neredeyse 4 katı olarak 1.7 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Şekil 33. Terzilik Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

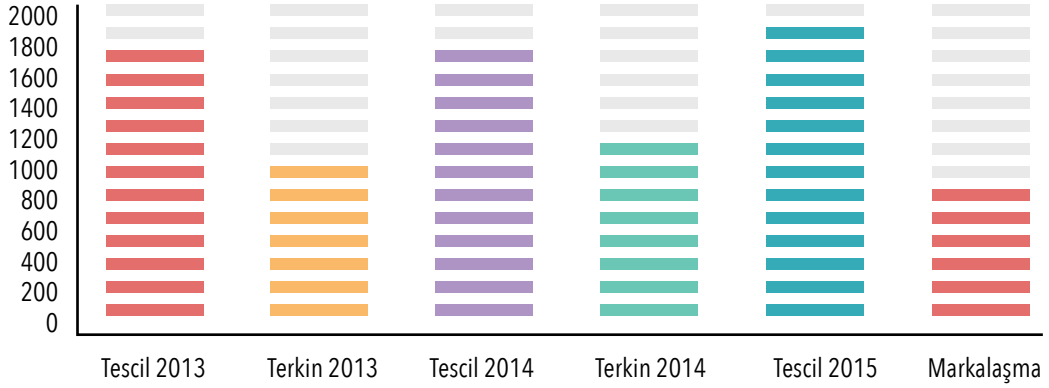


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.1.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Terzilik mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında önemli bir değişim gözlenmemektedir. 2013 yılında 1761 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 1903 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında ise bir düşüş gözlemlenmiştir. 2013 yılında 1035 iş yeri, 2015 yılında ise 1007 iş yeri terkin işlemi gerçekleştirmiştir.

Şekil 34. Terzilik Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.1.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Terzilik mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 302.698.159,39 TL; toplam gideri 1.840.974.411,40 TL; toplam kârı 53.082.782,87 TL ve toplam zararı 9.424.382,55 TL'dir.

Tablo 49. Terzilik Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	10.806.314,23	76.206.693,37	1.719.090,98	140.885,03
ADİYAMAN	2.547.641,17	3.048.770,42	498.800,68	5.566,79
AFYON	2.178.921,68	11.638.075,87	689.204,36	9.546,22
AĞRI	296.670,30	993.870,96	32.670,38	205.509,31
AKSARAY	559.529,70	2.348.868,17	142.071,05	21.764,54
AMASYA	1.188.272,61	8.146.717,52	302.747,39	36.280,91
ANKARA	20.137.475,30	148.382.229,63	3.414.848,17	1.750.225,82
ANTALYA	14.595.591,30	105.095.078,02	2.743.939,26	447.885,44
ARDAHAN	555.751,73	6.067.988,49	41.004,10	0,00
ARTVİN	1.375.578,93	5.922.961,80	146.981,46	49.145,09
AYDIN	1.753.287,92	3.934.173,45	850.573,73	509,40
BALIKESİR	12.385.909,83	95.634.722,36	1.558.313,49	100.310,19
BARTIN	475.235,56	84.384,08	180.816,97	0,00
BATMAN	1.317.623,87	11.692.193,63	65.805,75	7.599,47
BAYBURT	107.233,93	37.861,29	42.839,32	0,00
BİLECİK	195.678,03	71.761,55	86.443,23	18.602,24
BİNGÖL	1.115.999,74	2.724.493,38	85.402,32	5.497,43
BİTLİS	992.163,00	81.781,94	174.234,38	0,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
BOLU	1.215.997,09	8.170.575,10	259.021,57	33.881,52
BURDUR	378.404,93	131.492,24	265.138,72	16.394,34
BURSA	7.827.457,31	38.151.019,09	1.860.601,68	268.504,56
ÇANAKKALE	2.852.632,49	18.597.864,01	549.936,90	43.047,58
ÇANKIRI	599.826,73	2.249.125,48	96.057,78	685,03
ÇORUM	1.595.581,30	5.263.847,76	334.106,15	21.039,38
DENİZLİ	8.666.040,03	63.364.899,63	1.411.231,46	51.021,00
DİYARBAKIR	1.311.042,23	2.544.820,18	614.361,51	30.821,15
DÜZCE	811.729,81	377.790,21	302.848,90	54.396,86
EDİRNE	473.382,97	2.162.816,57	132.685,90	7.537,27
ELAZIĞ	2.733.376,46	20.446.350,16	226.207,08	3.340,91
ERZİNCAN	245.064,40	161.033,59	108.291,43	884,03
ERZURUM	1.496.028,68	7.230.564,27	425.568,69	636,36
ESKİŞEHİR	4.355.832,77	24.821.913,10	855.356,39	181.758,40
GAZİANTEP	9.203.879,11	69.807.275,19	1.051.483,49	41.936,62
GİRESUN	431.349,60	186.156,08	212.551,21	1.810,63
GÜMÜŞHANE	179.096,79	72.381,55	63.821,41	1.468,99
HAKKÂRI	186.727,60	0,00	17.171,42	0,00
HATAY	30.018.042,71	36.397.614,02	1.269.974,35	25.688,57
İĞDIR	513.695,94	3.297.661,98	26.452,64	2.829,10
ISPARTA	2.748.494,54	9.488.027,37	591.077,47	8.870,42
İSTANBUL	29.333.094,46	220.836.658,38	5.131.758,86	2.719.267,55
İZMİR	10.619.116,03	64.776.348,98	3.745.914,24	769.095,39
K.MARAŞ	6.417.647,47	42.581.589,11	1.046.306,06	2.934,95
KARABÜK	579.562,90	2.224.452,85	235.291,37	28.369,13
KARAMAN	1.015.303,91	7.991.398,11	172.012,15	0,00
KARS	254.172,59	30.852,56	99.198,11	0,00
KASTAMONU	1.063.070,47	8.609.072,67	262.197,79	35.850,53
KAYSERİ	9.996.380,09	96.985.112,22	784.595,79	254.067,77
KIRIKKALE	300.019,43	129.705,50	143.771,67	3.961,43
KIRKLARELİ	703.180,16	3.193.904,94	267.669,45	4.171,32
KIRŞEHİR	779.864,46	6.855.255,18	355.931,75	20.593,32
KİLİS	594.346,32	55.999,36	139.086,29	0,00
KOCAELİ	6.492.308,46	44.682.947,97	1.095.269,30	311.393,69
KONYA	8.639.500,51	67.016.574,75	1.372.722,20	270.336,60
KÜTAHYA	1.281.216,70	639.003,83	487.296,64	235.148,78
MALATYA	4.306.652,27	31.685.009,60	763.459,64	21.243,21
MANİSA	7.405.228,81	53.222.964,65	2.292.644,37	66.979,03
MARDİN	194.000,03	19.548,14	82.768,16	1.818,44
MERSİN	9.750.263,69	53.800.289,76	2.210.099,95	164.863,06
MUĞLA	3.441.079,60	5.619.527,47	1.523.142,22	121.173,10
MUŞ	1.587.978,62	15.489.083,71	86.448,12	1.034,14
NEVŞEHİR	450.931,13	1.447.685,15	110.810,63	2.572,56
NİĞDE	1.773.249,31	18.283.162,71	176.027,04	7.829,34
ORDU	1.627.064,69	8.310.023,17	405.516,00	15.143,33
OSMANİYE	1.057.031,88	239.827,60	442.370,65	5.854,14
RİZE	1.497.015,66	10.342.295,63	366.867,73	34.660,32
SAKARYA	5.877.245,13	40.985.947,98	848.787,15	159.687,95
SAMSUN	13.211.686,86	110.492.438,84	1.273.184,38	169.133,21

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
Siirt	172.149,11	61.655,93	85.542,08	0,00
Sinop	1.000.120,36	8.010.181,31	198.336,77	1.936,38
Sivas	3.226.208,74	31.186.854,06	175.653,40	2.911,16
Şanlıurfa	1.621.657,55	6.945.112,58	615.400,99	14.934,49
Şirnak	3.513.443,37	40.727.595,36	51.460,97	76.820,20
Tekirdağ	1.038.281,19	483.348,45	503.346,77	90.288,89
Tokat	1.812.021,98	6.943.928,78	448.695,51	17.116,28
Trabzon	3.384.212,05	14.027.152,14	542.026,79	103.656,37
Tunceli	467.647,36	70.236,84	41.111,08	1.057,65
Uşak	788.097,49	2.238.043,96	248.195,76	1.918,01
Van	1.964.183,03	7.821.627,88	193.928,81	15.370,52
Yalova	1.150.379,68	8.418.595,85	89.073,66	43.235,86
Yozgat	550.085,91	119.374,10	181.581,12	1.444,15
Zonguldak	1.332.897,61	2.338.169,83	337.548,28	30.629,70

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.1.4. Meslekteki Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi

Terzilik mesleğinde iki temel ayrımın olduğu görülmektedir. Bunlardan biri daha ziyade tadilat işleriyle uğraşan terziler iken, diğer bir grubu ise kişiye özel sipariş üzerine üretim yapan terziler oluşturmaktadır. Günümüz moda dünyasındaki gelişmelere paralel olarak son zamanlarda eski dönemlerde görüldüğü üzere ısmarlama giyime yönelik bir talep söz konusu olmaktadır ve bu talebin büyük bir kısmı sosyo-ekonomik durumu belirli bir seviyenin üstünde olan müşterilerden gelmektedir. Buradan hareketle sektördeki terzilerin de yavaş yavaş üretim eğilimlerini bu noktaya kaydardıkları görülmektedir. Başarılı örneklerle bakıldığında da müşteri profillerinin özellikle yurt dışından siparişler veren kişilerden oluştuğu da görülmektedir.

Terzileri öne çıkarabilecek noktalardan biri, büyük miktarlarda üretim yapan ve her semte kadar inen zincir dükkânlarda birbirine çok benzer ürünlerin satıldığı, insanların tek tip giyinip birbirinin aynı ürünleri kullanmaya başladığı günümüzde kişiye özgü ürünler üretebilmeleridir. Tüketim dünyasının insanlara tek tipliği ve tekdüzeliği dayattığı günümüzde bireyselliğin, farklılaşmanın ve kişiliğini ifade eden tüketim pratiklerinin övüldüğünü de görmekteyiz. Bu ortam terziler için çok elverişli bir alan yaratmaktadır.

Teknoloji kullanımı terzilik mesleği için çok fazla karşımıza çıkmamaktadır. Dikiş makinesi ve ütü gibi en temel ihtiyaçlara sahip olan terziler, uzun yıllar boyunca aynı makineleri kullanabilmektedir. Yenilik düzeyi de, geleneksel bir meslek olarak karşımıza çıkan terzilikte çok sınırlı kalmaktadır.

17.1.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Terzilik mesleği giyim sektörü içerisinde yer alan bir meslek olarak yer almaktadır. Alt meslekleri olarak erkek terzisi, kadın terzisi, çocuk terzisi, kürk terzisi, ev mefruşatı ve ütücü karşımıza çıkmaktadır. Yakından ilişkili olduğu bir meslek ise gelinlik ve abiye terziliğidir.

Terzilik aynı zamanda hazır giyim/konfeksiyon, tuhafiyecilik, örgücülük ile işlemecilik/nakışçılık meslekleriyle de ilgili bir meslektir.

17.1.6. Mesleğin Rekabet Analizi

- **Firmaların Rekabeti**

Terzilik mesleğindeki belki de en önemli rekabet, terzilerin birbirleri arasında olan rekabettir. Bu noktada terziilik mesleğinde sabit bir fiyat uygulaması olmaması, bu rekabetin oluşmasında en önemli etkidir. Aynı iş için kimisi çok uygun, düşük ücretler talep ederken; bazı terziler çok daha yüksek fiyat uygulayabilmektedir. Bu durumun oluşmasında terzilerin bulunduğu konum ve müşteri profilleri etkili olmaktadır.

- **İkame Malların Rekabeti**

Terzilerin hazır giyim/konfeksiyon ürünleri ile olan rekabeti, oldukça önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle ucuz ürünlerin piyasada yer alması, bu konuda terzileri zor durumda bırakmaktadır.

- **Tedarikçinin Gücü**

Terzilik mesleğindeki esnafın tedarikçileri, imalatla kullanılan ham maddeyi (kumaş) ve aksesuarları sağlayanlardır. Bu konuda pazarın geniş ve gelişmiş olduğunu söylemekle beraber; piyasadaki yüksek maliyetli ve kaliteli ithal kumaşları tedarik etme noktasında, terziler arasında rekabetten söz edilebilir. Ancak genel anlamda piyasayı domine eden bir tedarikçi zincirinin olmadığı söylenebilir. Fazla sayıda ve çeşitli düzeylerde tedarikçinin piyasada bulunuyor oluşu, tedarikçilerin pazara hakimiyet güçlerini azaltmaktadır.

- **Müşterinin Gücü**

Müşterilerin gerek alım gerek pazarlık güçleri, terziilik mesleğindeki rekabet açısından bir unsur olarak değerlendirilebilir. Özellikle belirli bir sosyo-ekonomik düzeyin üzerinde müşteri profiline sahip terziler oldukça pahalı ithal kumaşlar kullanmaktadır. Böyle bir müşteri profiline ve dolayısıyla kazanca sahip olmayan terzilerin bu rekabette başarılı olmaları oldukça güçtür. Müşterinin gücü terziler açısından oldukça belirleyici bir unsurdur; çünkü yaptıkları iş itibarıyla kişiye özel çalışmaktadırlar. Bu sebeple de, müşterinin alım gücü ve pazarlık gücü, terziler açısından ayakta kalabilmenin belirleyici bir unsurudur.

- **Giriş Engeli**

Terzilik mesleğine girmek isteyen bir kişi için önemli bir giriş engeli bulunmamakla birlikte, işin niteliği itibarıyla erken yaşlarda çırak olarak başlanılıp deneyim kazanılması gereken bir meslektir. Aynı şekilde meslekte usta olabilmek için de ustalık belgesine sahip olunması gerekmektedir. Sermaye açısından bu meslek için çok büyük ölçülerde yatırım yapılması gerekli görünmemekle birlikte; en önemli nokta, doğru mekânda doğru müşterileri bulabilmektir. Terzilik mesleğine yeni girecekler için en önemli sorunlar arasında pazardaki talep miktarı (geçmiş yıllara oranla kişiye özgü giyim anlayışının azalması), hâlihazırda belirli bir müşteri profiline sahip terzilerin var olması ile ucuz konfeksiyon ürünlerinin yaygın bir şekilde tercih ediliyor olması gelmektedir.

17.1.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler

- Sanatkârlık ve nitelikli iş gücüne sahip olunması
- Üstün kalitede kumaşlara sahip olunması
- Yaş ortalaması 50'nin üzerinde olan çok kaliteli ustaların bulunması
- Konfeksiyoncu, gömlekçi, kılıfçı, ev tekstili vb. olmak üzere mesleğin çok geniş kesime iş yapabilme potansiyeli
- Terziliğin en güzel kumaşla üretilmiş en güzel giysiyi giymek isteyenlere ve farklı olmak isteyenlere hitap etmesi
- Terzilerin ürünlerinin kaliteli ve sağlam olması (Örneğin, hazır giyim yakalar kıvrılıp deforme olurken, terzilerin diktği kıyafetler çok uzun yıllar kullanılabilmektedir.)
- Terzilerin farklı konumlardaki müşterilere hitap etmesi, hedef kitlesinin geniş olması
- Terzilerin diktikleri kıyafetlerin her vücuda özel olması, özgün ve kişiye özel olması
- Özellikle yaşlı terzilerin dükkânlarını zamanla kapatacak olmaları sebebiyle ileride bu mesleğe talebin artacak olması
- Anadolu'da hâlen ısmarlama giyimin ve terzilerin tercih edilmesi, bunun bir kültür olması
- Kaliteli ürünler ve işçilik nedeniyle terzilerin yurt dışından sipariş alabilmesi
- Eski bir meslek olması ve geniş bir bilgi birikimine sahip olunması

Zayıf Yönler

- Markalaşmanın olmaması
- Kalitenin pazarlanamaması, reklam yapılamaması
- Terzilik isminin eski zamanların işi olarak görülmesi; günümüze daha çok "moda evi" gibi isimler altında terzilik yapılması
- Terzilik mesleğinin "tadilatçılık" ile özdeşleştirilmesi
- "Terziden giyiniyorum" demek istemedikleri için birçok insan ve özellikle de ünlü kişilerin el altından kıyafet diktirmesi, marka giyindiklerini söylemesi
- Yeni terzilerin yetişmemesi
- Terzilerde kredi kartı ödemeleri için pos cihazının olmaması ve müşterilere ödeme kolaylığı sağlanamaması
- Terzilerin günümüz teknolojisine uzak kalmaları ve bunları az kullanmaları

- Birçok terzinin çok iyi sanatkâr olmasına rağmen iyi bir esnaf olamaması, yani iyi müşteri ilişkileri kurup yüksek satışlar yapamamaları
- Mesleğin doğası gereği sipariş iptalinin zor olması, ilk makas atıldığında geri dönüşün mümkün olmaması
- Mesleğe girişin kolay olmasının rekabeti artırması, esnafın fiyat toleransı göstermek zorunda kalması

Fırsatlar

- ABD'deki büyük firmaların, dünyaca ünlü bazı sanatçıların, bürokratların Türk terziler ile çalışması
- Çok iyi bir koordinasyon ile yeni pazarlarda başarılı olunabilecek potansiyel taşıması
- Hazır giyimin uzun vadede kaliteli ve farklı giyinmek isteyenler için tatmin edici olmaması ve kişilerin özel dikime yönelmesi, lüks tüketim olma potansiyeli taşıması

Tehditler

- Terzilik mesleğinde işsiz kalanların, ev hanımlarının ve niteliksiz olarak dikimevlerinden emekli olanların terzi dükkânı açabilmesi
- Yurt dışından gelen ucuz ve kalitesiz ürünler

171.8. Mesleğe Özgü Sorunlar

Hâlen terzilik mesleğini devam ettiren esnafın yaşadığı sorunların başında, hazır giyimle terzi esnafının rekabeti gelmektedir. Ülkemizde çok gelişmiş olan hazır giyim üretimi, fiyatları da çok aşağıya çekerek terzilerin rekabet etmesine imkân vermemektedir. Halkın alım gücünün azalması terzilerin işlerini azaltmıştır. Ayrıca yeni yetişen neslin giyim tarzının değişmesi ile spor giyimin yaygınlaşması özel dikim yapan terzilere talebi azaltınca, daraltma, kısaltma, paça kısımlarını ayarlama gibi tamir işleri dışında yapabilecekleri fazla bir işin kalmaması da mesleğe özgü bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

171.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Terzilik, Türkiye'de uzun yıllardır yer alan geleneksel bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle teknolojik gelişmeler ve fiyatlar nedeniyle hazır giyim sektörüyle rekabet edememesi nedeniyle son zamanlarda eski popülerliğini yitirmiş durumdadır. Bu noktada mesleğin kaybolmaya yüz tutmuş meslekler arasına girme riski de bulunmaktadır. Ancak bununla beraber son yıllarda artan bir şekilde müşterilerin sıradanlıktan kurtulma istekleri ve kişisel, kendilerine özgü kıyafetlere sahip olma yönündeki yaklaşımları neticesinde terzilik mesleği için ciddi bir pazar potansiyeli olabileceği açıktır. Müşterilerin istedikleri renk ve kumaşlardan etek, ceket, pantolon ve takım elbiselerini farklı modellerde diktirebilecekleri terzilere yönelmeleri için mesleğin tanıtımının yapılması gereklidir; çünkü günümüzde özellikle genç nesil, terzilik mesleği hakkında yeterli bilgiye sahip değildir. Bu bilgi düze-

yinin artması yalnızca terzilerden yapılacak alışverişin artmasına değil, aynı zamanda genç yeni terzilerin yetişmesine de katkı sağlayabilecektir.

Terzilik sektöründe, yoğun rekabete ve AVM'lerin ve hazır giyimin yaygınlaşmasına rağmen bir yükselme yaşanması mümkün görünmektedir. Türkiye bu sektörde daha kaliteli ve daha ucuz ürün üretmektedir. Beyoğlu'nda alınan 11 tane takım elbisenin Almanya'da alınacak 3 takım elbisenin fiyatına denk geldiği düşünüldüğünde, yurt dışı pazarların terzilerle buluşturulması yönünde girişimler önemli olacaktır.

Terzilik mesleğini icra eden kişiler çoğunlukla babadan oğula veya ustadan çırağa geçen meslek adı altında sektöre başlamaktadırlar. Günümüzde terzilik mesleği teknolojinin artan şekilde kullanımı ve sanayi tipi atölyelerin çoğalmasıyla giderek riskli bir hâl almaktadır. Hem makinelerin çalışan elemanların yerini alması hem de kalifiye elemanların bu atölyelere kayması, meslek için büyük sıkıntı yaratmaktadır.

17.2. Dokumacılık, Halı Kilim Dokumacılığı, Satıcılığı ve Tamirciliği

17.2.1. Mesleğin Tanımları

Bu meslek dalının içerdiği üç unsur bulunmaktadır. İŞKUR bu meslek dalını ve bu üç unsuru içeren meslekleri 5 başlıkta tanımlamıştır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir;

Halı Kilim Teknikeri: Halı ve kilimin renk, motif ve ölçülerini tasarlayarak üretimin diğer aşamalarına aktif olarak katılan kişidir.

Halı Dokuyucu (Otomatik tezgâh): Üzerinde kilim ve halı dokunan tezgâhı işleten kişidir.

Halı Dokuyucu (El tezgâhı): El tezgâhında verilen desenlere göre halı dokuyan kişidir.

Halı Onarıcı (Elle veya basit makinelerde): Dokunan halıların kusurlu kısımlarını elle onaran kişidir.

Halı Onarıcı (Makine ile): Halıların kusurlarını onaran bir makineyi çalıştıran kişidir.

Dokumacılık İŞKUR tarafından iki meslek dalı çerçevesinde tanımlanmıştır.

Dokumacı (Dokuma Makineleri Operatörü): Dokuma makinelerini ve teçhizatını kullanarak ve nezaret ederek, çeşitli kumaşların üretimine ilişkin işleri belirli bir süre içerisinde yapma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Endüstriyel Dokumacı: Kumaş analizi ve tasarımı yapma, dokuma hazırlık ve dokuma makinelerini kullanarak çeşitli kumaşları üretme bilgi ve becerisine sahip kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Dokumacılık, geleneksel yöntemlerle ipi kumaşa dönüştürme işidir. Halı, kilim dokumacılığı, satıcılığı ve tamirciliği ise, halı ve kilimin renk, motif ve ölçülerini tasarlayarak üretme, satma ve tamir etme işidir.

17.2.2. Mesleğin Tarihçesi

Dokumacılık mesleğinin oldukça köklü bir geçmişe sahip olduğu düşünüldüğünde, bu tarihsel süreçte Türk toplumlarının yaptığı oldukça önemli katkılar bulunmaktadır. Türkler ve

diğer Anadolu medeniyetlerinin dokumacılık mesleğine ve özellikle halı-kilim dokumacılığına yapmış olduğu katkılar, Hitit ve Asur dönemlerine kadar uzanmaktadır.¹⁷¹

Frigyalılar ile birlikte tiftik dokumaları ön plana çıkmıştır. Anadolu’da giyim üretimi 3 bin yılı aşkın süredir önemli bir ticaret alanı olarak bilinmektedir. Kaşgarlı Mahmut tarafından 11. yüzyılda yazılan Türkçe sözlükteki pamuklu dokumanın karşılığı olarak kullanılan “böz” veya “bez” kelimesi günümüze kadar gelmiştir. Yine gündelik kullanım için üretilen kaba pamuklulara verilen “kirbas”; ince pamuklular için kullanılan “dülbent” kelimeleri hâlâ güncelliğini korumaktadır. İran ve Suriye’nin dokumalarıyla ünlü diğer bölgeleriyle yapılan ticaretin sonucunda buralardan da yeni teknikler ve kumaş çeşitleri zamanla Anadolu’ya aktarılmıştır. Asya’dan gelen Türk, Tatar, Moğol ve diğer kavimlerin göçleriyle Anadolu ve yakın coğrafyasına yerleşen topluluklar, geçmişten gelen bu üretim tekniklerini zaman içinde geliştirmişlerdir. Selçuklular ve ardından gelen Osmanlılar Dönemi’nde, özellikle ipek ve ipekli dokuma önemli bir ticaret maddesi hâline gelmiştir.¹⁷²

13. yüzyıl başlarından itibaren Anadolu’da üretilen halı (kali), kilim ve ipekli dokumaların dünyanın çeşitli bölgelerine gönderildiği, tarihi kayıtlardan anlaşılmaktadır. Örneğin, 14. yüzyıla ilişkin belgelerde, Bursa’daki ipekli dokuma tezgâhı sayısının bine ulaştığı saptanmıştır. Aynı dönemlerde, İtalya’da da ipekli dokuma üretildiği bilinmektedir; ancak ilginç olan bulgulardan biri İtalyan dokumacıların, Anadolu’dan gelen ipekli dokumaları taklit etmeleridir. İpekli, pamukluların dışında zamanla yün, kenevir ve ketenden üretilen dokumaların da çeşitli kentlerde birer sanayi dalına dönüştüğü gözlenmiştir. Kirbas ve dülbent üretiminde Kastamonu, Amasya, Tokat, Çorum, Burdur, Isparta, Konya, Karaman, Kayseri, Tire, Bergama, Denizli, Menemen, Akhisar ve Nazilli öne çıkan kentler olmuştur.¹⁷³

Ağırlıklı olarak Ege ve Akdeniz bölgelerine yayılan Türkmen kabilelerinin (Yörük) kilim ve halıları 13. yüzyıldan başlayarak çok aranan ürünler hâline gelmiştir. Ancak zamanla halı üretiminde Uşak, en ünlü kent olarak tanınmıştır. Halı ihracatı yalnız Avrupa ülkelerine değil, Arap Yarımadası’na da yoğun olarak gerçekleştirilmiştir. 14. yüzyılda ünlü Arap gezgini İbn Batuta ve Abu’l-Fida, Aksaray halılarından övgüyle söz etmişlerdir. 17. ve 18. yüzyıllarda Hindistan’dan gelen pamuklu dokumaların Anadolu’ya yayıldığı ve aranan bir kumaş türü hâline geldiği, döneme ilişkin kayıtlarda görülmektedir. Ancak bu etki fazla sürmemiş, Anadolu’daki dokuma ustaları, Hint kumaşlarının benzerlerini üreterek eski güçlerine kavuşmuşlardır.¹⁷⁴

172.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, dokumacılık mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 2111 iş yeri, halı kilim dokumacılığı, satışı ve tamirciliği mesleğinde ise 3594 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

¹⁷¹ Eraslan İ. Hakkı, Bakan İsmail, Helvacıoğlu Kuyucu Aslı Deniz, “Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl 7, Sayı 13, Bahar 2008, s.266

¹⁷² Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu; <http://disktektstil.org/tektstil-sektorunun-kisa-tarihi.html> (Erişim Tarihi: 26.4.2016)

¹⁷³ Türkiye’de Tekstil; https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_tekstil (Erişim Tarihi: 24.4.2016); Akın, Fethullah, Türkiye’de Tekstil Hazır Giyim Sektörü ve Ücretler, Teksif Eğitim Yayınları, 2011, s.25.

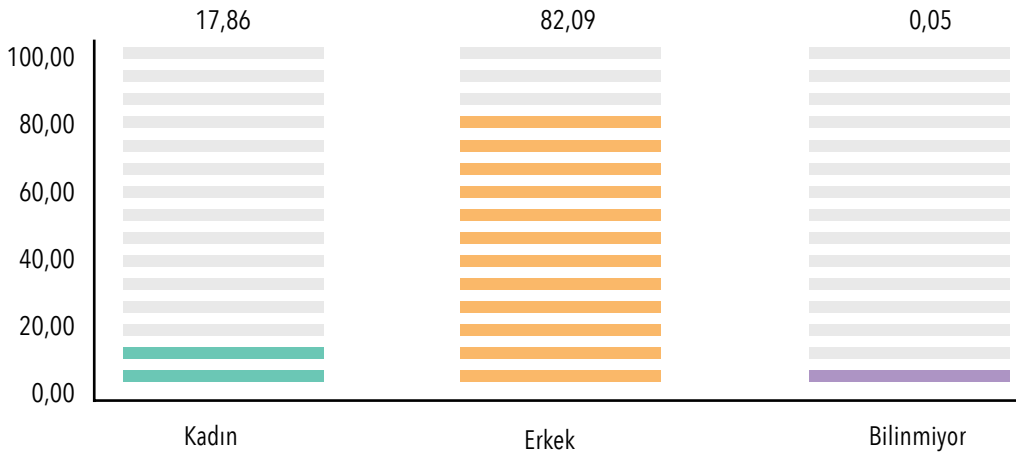
¹⁷⁴ Dicle Kalkınma Ajansı, “Hazır Giyim Sanayii Sektör Analizi”, 2011.

172.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Dokumacılık mesleğinde 2111 iş yerindeki kadın-erkek oranlarına bakıldığında, dokumacılıkta iş yerlerinin %82'sinin erkeklere; %22'sinin ise kadınlara kayıtlı olduğu görülmektedir. Halı, kilim dokumacılığı, satış ve tamirciliği mesleğindeki 3594 iş yerindeki kadın-erkek oranlarına bakıldığında, iş yerlerinin %86'sının erkeklere, %13'ünün ise kadınlara kayıtlı olduğu görülmektedir. Bu çalışanların yaş ortalaması 44'tür.

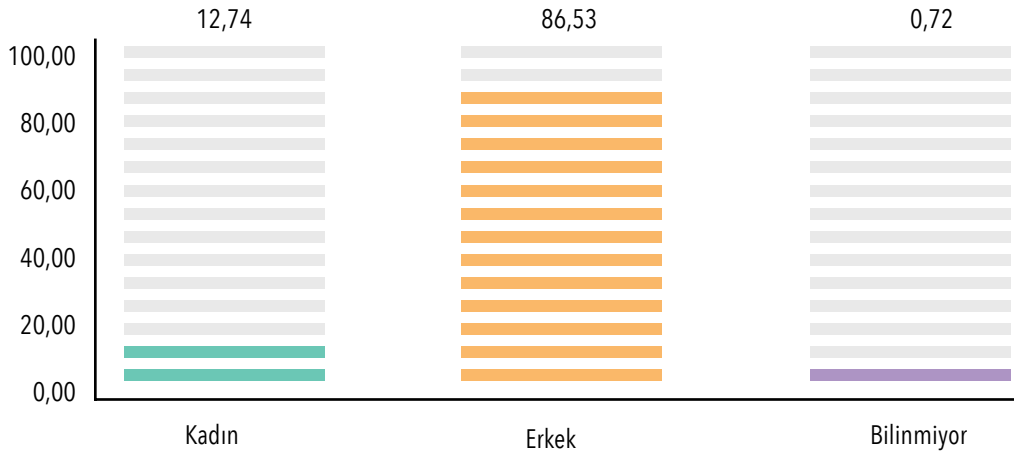
SGK'nın sağladığı verilere göre 2015 yılı itibarıyla dokumacılık mesleğindeki sigortalı çalışan sayısı 4265; çalışanların yaş ortalaması 45'tir. Halı kilim dokumacılığı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğindeki sigortalı çalışan sayısı 5972'dir.

Şekil 35. Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı (Dokumacılık)



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

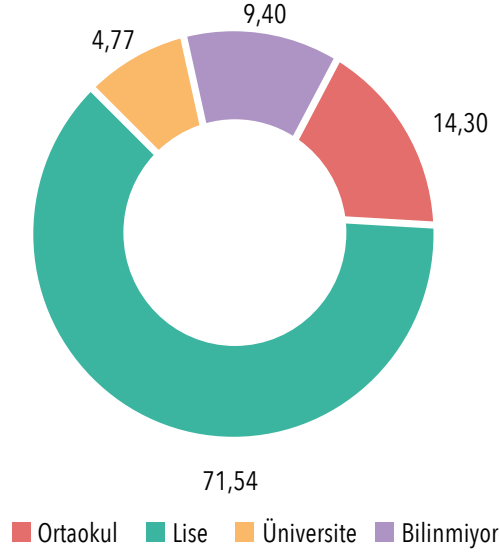
Şekil 36. Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı (Halı, Kilim)



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Kayıtlı iş gücünün niteliğiyle ilgili de elde bazı veriler bulunmaktadır. Örneğin çalışanların eğitim durumlarıyla ilgili verilere bakıldığında çalışanların büyük çoğunluğunun (%71) lise mezunu olduğu anlaşılmaktadır.

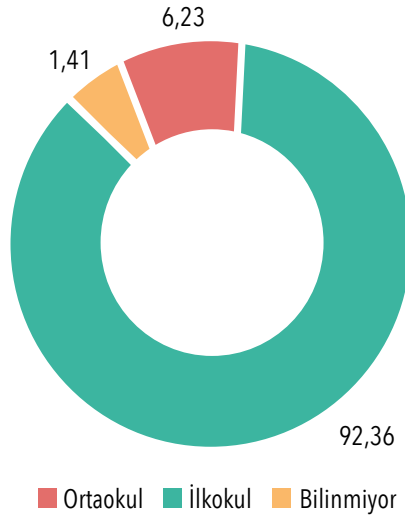
Şekil 37. Dokumacılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Halı kilim dokumacılığı mesleğindeki esnafların eğitim durumlarıyla ilgili verilere bakıldığında, çalışanların neredeyse tamamının (%92) ilkokul mezunu olduğu anlaşılmaktadır.

Şekil 38. Halı Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu



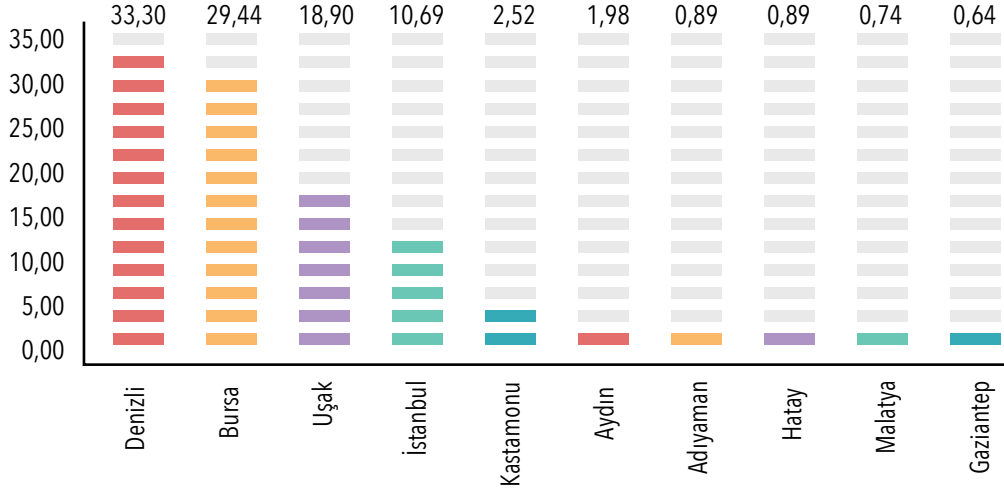
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.2.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Türkiye’de iş yeri ve çalışan işçi sayısı bakımından dokuma sanayi ilk sıralarda yer almaktadır. Dokumacılık sanayisinin ülkemizde en gelişmiş kolu pamuklu dokumadır. İç pazar ihtiyacını karşıladığı gibi, ihracata da yönelmiştir. Pamuklu dokuma üreten büyük fabrikalar İstanbul, Adana, Antalya, Tarsus, İzmir, Nazilli, Aydın, Manisa, Kayseri, Karaman, Konya, Malatya, Erzincan ve Adıyaman’da bulunmaktadır. Yünlü dokumacılık; daha çok iç pazar için üretim yapmaktadır ve fazla gelişmemiştir. Bu alanda üretim yapan büyük fabrikalar İstanbul, Hereke, Bursa, İzmir, Uşak ve Kayseri’dedir. Örne işleri (trikotaj); başta İstanbul olmak üzere büyük kentlerdeki atölyeler de yapılmaktadır. Kazak, çorap, iç çamaşırı başlıca trikotaj ürünleridir. İpek dokumacılığı; Gemlik, Bursa ve İstanbul’da toplanmıştır. Suni ipek kullanımının giderek yaygınlaşması üzerine ipek dokumacılığı gerilemektedir. Ancak son zamanlarda ipek halı ticareti, ipek dokumacılığını biraz da olsa hareketlendirmiştir.

Dokumacılık mesleğindeki esnaf ve sanatkârlara ait iş yerlerinin illere göre dağılımıyla ilgili de veri bulunmaktadır. Buna göre dokumacılık mesleğindeki iş yerleri sayısına göre ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. En fazla sayıdaki iş yerine Denizli ve Bursa ev sahipliği yapmaktadır. Her iki ilin de dokumacılık sektöründe Türkiye’nin lokomotif konumunda olduğu düşünüldüğünde, beklenen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu illeri takiben ise sırasıyla Uşak ve İstanbul gelmektedir.

Şekil 39. Dokumacılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Halı kilim dokumacılığı mesleğindeki iş yerleri sayısına göre ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. En fazla sayıdaki iş yerine İstanbul ev sahipliği yapmaktadır. İstanbul’u sırasıyla Manisa, Bursa, İzmir, Şanlıurfa, Kayseri, Ankara, Muğla, Antalya ve Gaziantep izlemektedir.

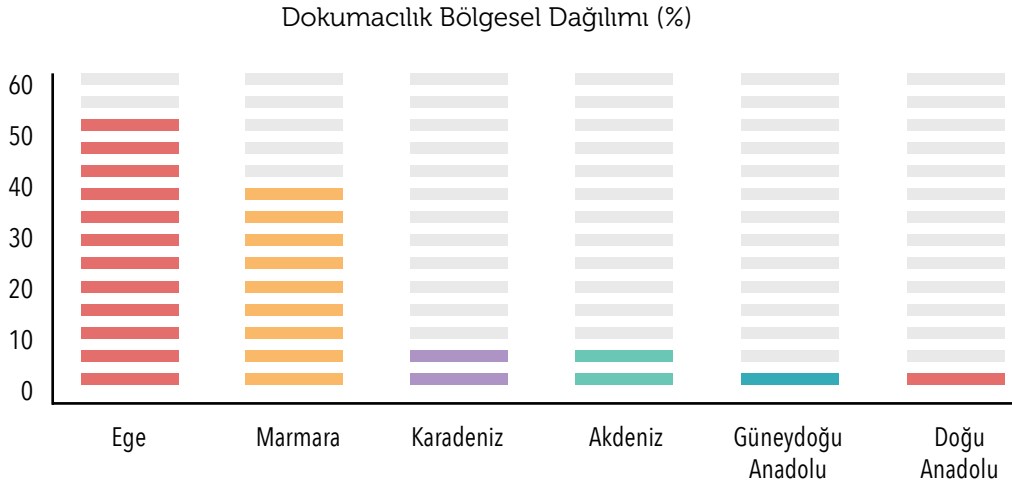
Şekil 40. Halı Kilim Dokumacılığı Satış ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Dokumacılık mesleğindeki 2.111 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler, sırasıyla Ege Bölgesi, ve Marmara Bölgesi'dir.

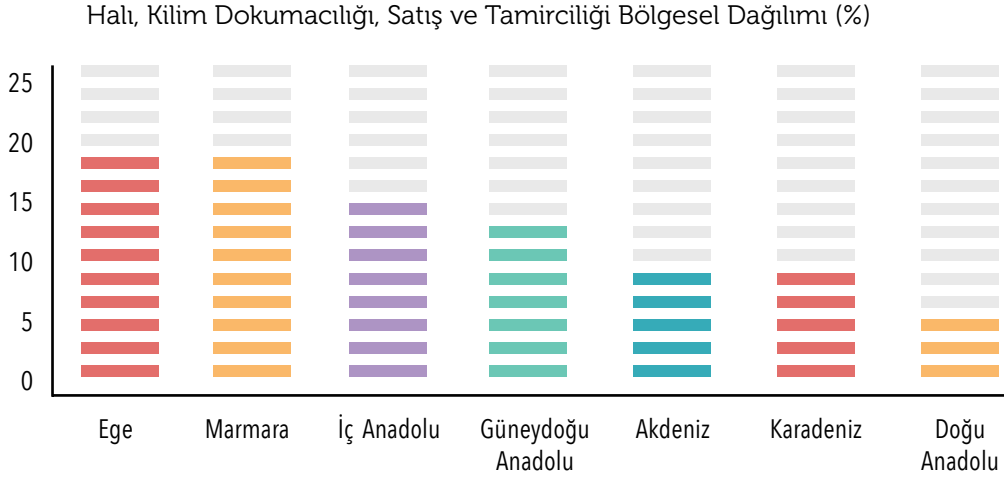
Şekil 41: Dokumacılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Halı, kilim dokumacılığı, satış ve tamirciliği mesleğindeki 3.594 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler, sırasıyla Ege Bölgesi, Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir. Bölgeler arasındaki dağılımın birbirine çok yakın olduğu görülmektedir.

Şekil 42. Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı



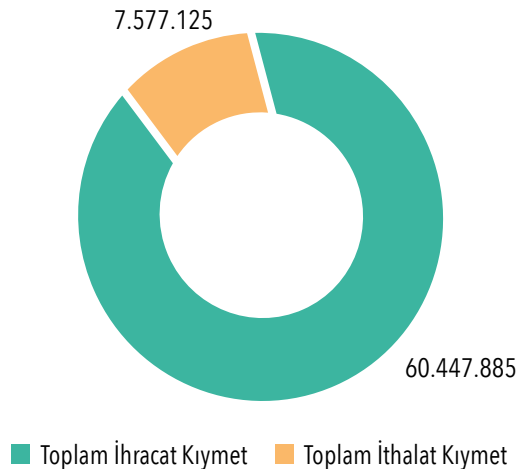
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.2.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Türkiye'nin halı ihracatı 2013 yılını %9,3 oranında artışla kapamış ve 2,2 milyar dolar olarak gerçekleştirmiştir. 2014 yılında ise %8,8 oranında artmıştır. 2014 yılında halı ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içerisindeki payı, %1,44 olarak hesaplanmıştır. Gerek el halısında gerekse makine halısında Türkiye'nin ciddi bir potansiyele sahip; özellikle Suudi Arabistan, ABD, Irak ve Almanya gibi ülkelere yönelik ciddi bir pazar olduğunu söylemek mümkündür.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre dokumacılık ile uğraşan esnafın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat yaklaşık 7.5 milyon dolar seviyesinde iken, toplam ithalat ise bunun neredeyse 8 katı olarak 60 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

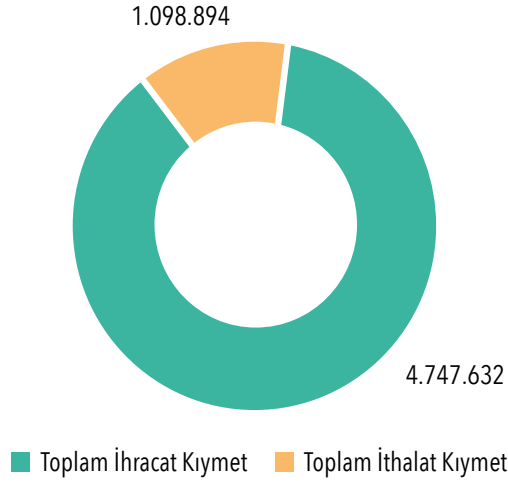
Şekil 43. Dokumacılık Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre dokumacılık ile uğraşan esnafın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ithalat, yaklaşık 1 milyon dolar seviyesinde iken; toplam ihracat bunun yaklaşık 5 katı olarak 4.7 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu yönüyle ihracat potansiyeli yüksek bir meslek kolu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 44. Halı Kilim Dokumacılığı Satış ve Tamirciliği Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

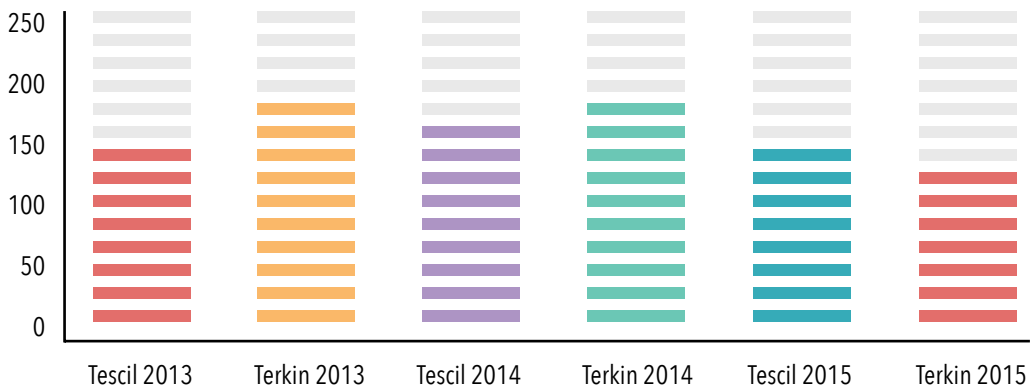


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.2.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Dokumacılık mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında belirgin bir artış ya da azalış görülmemiştir. 2013 yılında 160 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 161 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında da benzer bir durum söz konusudur. 2013 yılındaki terkin sayısı 200, 2014 yılında 206 ve 2015 yılında da 158 olarak karşımıza çıkmaktadır.

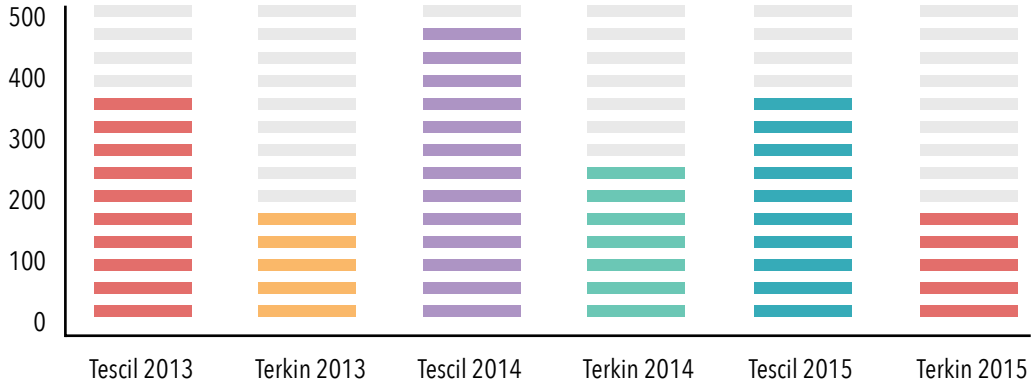
Şekil 45. Dokumacılık Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Halı kilim dokumacılığı satış ve tamirciliği mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarına bakıldığında 2013 yılında 398 olan tescil sayısı, 2014 yılında 491 olarak ciddi bir artış göstermiş; ancak 2015 yılında ilk seyrine dönerek 392 sayısında kalmıştır. Terkin sayılarında da çok farklı bir durum söz konusu değildir. Meslekteki terkin sayıları 2013, 2014 ve 2015 yılları için sırasıyla 203, 261 ve 197 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 46. Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

172.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Dokumacılık mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 125.561,00 TL; toplam gideri 137.582,00 TL; toplam kârı 176.468,00 TL ve toplam zararı 763,97 TL'dir.

Tablo 50. Dokumacılık Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	270.274,00	85.822,00	23.191,00	8.291,00
ADIYAMAN	1.914.029,00	15.081.472,00	128.516,00	-
ANKARA	3.863,00	-	1.458,00	-
ANTALYA	760,00	8.828,00	-	5.068,00
AYDIN	437.239,00	270.950,00	96.195,00	1.221,00
BALIKESİR	28.182,00	4.711,00	1.774,00	-
BİLECİK	312.947,00	3.837.189,00	5.409,00	-
BOLU	8.550,00	6.445,00	2.105,00	-
BURDUR	11.608,00	1.057,00	877,00	-
BURSA	175.872.786,00	1.816.813.613,00	11.062.306,00	1.351.043,00
DENİZLİ	62.175.042,00	608.373.227,00	4.731.935,00	291.492,00
DÜZCE	65.765,00	5.700,00	8.584,00	-
GAZİANTEP	1.017.935,00	10.655.096,00	91.966,00	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
GÜMÜŞHANE	4.800,00	-	3.550,00	-
HATAY	655.818,00	31.139,00	110.652,00	-
ISPARTA	43.725,00	204,00	2.807,00	-
İSTANBUL	75.239.618,00	770.219.644,00	3.634.556,00	802.830,00
İZMİR	2.891.256,00	21.819.105,00	723.919,00	4.925,00
KAHRAMANMARAŞ	9.427,00	250,00	10.885,00	-
KASTAMONU	1.180.936,00	7.039.168,00	189.436,00	2.251,00
KAYSERİ	1.328.670,00	12.037.553,00	282.315,00	-
KOCAELİ	82.727,00	26.432,00	-	56,00
KONYA	67.879,00	2.499,00	13.344,00	-
KÜTAHYA	331.014,00	3.893.127,00	7.937,00	-
MALATYA	1.882.123,00	13.538.718,00	255.255,00	1.677,00
MANİSA	7.779.954,00	89.077.900,00	166.999,00	-
MERSİN	315.257,00	3.621.942,00	17.828,00	-
MUĞLA	208.948,00	2.137.787,00	21.349,00	-
NİĞDE	28.650,00	720,00	2.960,00	-
OSMANİYE	50.327,00	14.829,00	47.612,00	-
RİZE	5.890,00	40.008,00	6.646,00	30.888,00
SAMSUN	13.950,00	3.942,00	4.475,00	-
SİNOP	17.749,00	6.384,00	7.993,00	-
TOKAT	8.729,00	5.445,00	15.305,00	-
TRABZON	66.831,00	8.823,00	9.802,00	-
UŞAK	86.521.375,00	943.047.807,00	2.834.226,00	291.380,00
VAN	461.543,00	5.447.836,00	9.458,00	-

Halı kilim dokumacılığı satış ve tamirciliği mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 817.563.998,27 TL; toplam gideri 7.410.741.920,23 TL; toplam kârı 35.232.610,30 TL ve toplam zararı 5.408.394,47 TL'dir.

Tablo 51. Halı Kilim Dokumacılığı Satış ve Tamirciliği Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	30.224.200,76	265.891.194,33	563.962,91	127.229,85
ADİYAMAN	17.328.531,89	91.503.595,35	260.447,30	18.161,33
AFYONKARAHİSAR	1.760.683,76	15.976.790,51	87.930,48	62.696,59
AĞRI	1.846.034,81	16.872.880,19	116.356,77	-
AKSARAY	7.995.211,82	73.952.500,50	177.657,27	69.938,74
AMASYA	1.444.272,96	3.718.872,81	63.967,32	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ANKARA	25.494.471,18	246.996.914,72	1.642.238,43	466.729,82
ANTALYA	19.533.528,17	144.599.822,73	891.513,74	261.521,20
ARDAHAN	45.630,76	644.340,60	-	2.551,79
ARTVİN	423.227,18	137.704,10	40.372,81	-
AYDIN	13.884.224,43	110.611.237,95	841.053,62	30.868,79
BALIKESİR	14.708.526,57	131.247.185,61	957.106,17	59.964,58
BARTIN	2.178.031,54	22.405.396,14	115.532,96	4.266,00
BATMAN	14.536.166,61	80.296.133,78	185.174,18	1.388,66
BAYBURT	417.418,11	4.782.620,76	18.866,38	-
BİLECİK	10.724.886,71	124.347.176,90	694.402,82	-
BİNGÖL	927.141,64	10.714.219,20	34.290,04	-
BİTLİS	856.359,74	68.398,24	38.735,88	14.519,85
BOLU	2.378.151,50	12.847.561,89	88.915,18	911,10
BURDUR	3.083.025,09	29.895.334,28	82.163,84	4.476,02
BURSA	95.210.299,73	939.988.329,97	4.242.289,02	564.142,15
ÇANAKKALE	4.558.369,69	31.638.345,89	228.046,05	24.721,80
ÇANKIRI	413.420,50	50.511,74	37.704,95	-
ÇORUM	5.556.822,09	59.497.456,40	173.301,40	61.921,33
DENİZLİ	9.413.572,81	85.293.160,70	419.316,93	7.356,76
DİYARBAKIR	21.247.653,33	213.946.176,31	497.737,53	25.204,45
DÜZCE	4.331.182,09	42.729.864,22	81.973,51	44.686,58
EDİRNE	3.513.782,29	19.553.989,95	166.782,50	43.059,38
ELAZIĞ	11.631.078,19	112.827.471,46	487.496,68	25.309,87
ERZİNCAN	398.801,37	1.875.883,14	24.489,51	-
ERZURUM	3.397.827,70	23.250.776,67	177.857,47	-
ESKİŞEHİR	487.845,50	3.113.794,46	24.843,15	11.322,89
GAZİANTEP	38.809.309,47	395.988.735,98	1.685.097,70	20.203,10
GİRESUN	510.395,83	31.702,05	33.110,34	-
GÜMÜŞHANE	182.454,84	16.706,44	7.896,34	-
HAKKÂRİ	366.840,10	3.215.555,43	18.723,97	-
HATAY	6.062.652,87	61.996.912,08	187.686,76	-
IĞDIR	845.452,33	7.956.128,05	20.005,97	-
ISPARTA	3.792.915,44	34.040.517,98	176.523,16	45.156,55
İSTANBUL	90.444.832,86	737.606.253,14	2.988.320,32	815.218,96
İZMİR	37.252.261,18	346.990.744,51	2.002.962,87	431.458,21
KAHRAMANMARAŞ	12.544.695,29	128.612.111,48	509.933,14	-
KARABÜK	4.750.333,90	48.388.252,87	154.078,74	9.728,85
KARAMAN	2.424.506,18	24.295.985,90	102.808,04	768,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KARS	522.705,37	3.874.472,84	109.481,54	-
KASTAMONU	1.663.258,98	16.845.035,48	80.518,78	-
KAYSERİ	21.579.740,43	203.694.703,45	1.186.438,43	466.909,96
KIRIKKALE	1.577.178,50	12.486.574,07	99.559,61	30.020,83
KIRKLARELİ	3.352.058,18	30.686.272,81	132.112,85	58.951,11
KİRŞEHİR	2.342.423,02	18.298.175,33	450.525,51	-
KİLİS	665.883,22	6.267.787,44	29.416,54	-
KOCAELİ	18.405.480,45	153.972.215,86	658.888,19	172.439,36
KONYA	23.606.013,69	219.098.506,51	650.789,03	122.526,50
KÜTAHYA	5.256.460,27	47.317.744,46	240.825,41	1.727,63
MALATYA	9.845.472,35	87.968.234,04	366.478,28	102.948,00
MANİSA	21.589.757,35	180.531.374,83	1.977.337,61	43.833,42
MARDİN	9.504.259,27	78.450.910,50	217.424,37	114.090,73
MERSİN	17.131.094,43	157.567.681,85	1.095.038,80	14.663,04
MUĞLA	15.210.515,73	132.948.911,80	1.048.622,32	245.965,00
MUŞ	823.308,74	3.877.165,25	10.889,12	2.374,95
NEVŞEHİR	3.029.947,18	17.269.842,04	172.482,90	21.454,10
NİĞDE	2.469.575,25	17.776.967,14	130.312,63	500,00
ORDU	8.188.910,25	82.468.881,83	192.525,91	32.533,92
OSMANİYE	1.742.573,20	12.445.311,43	70.508,03	276,48
RİZE	1.830.885,27	26.445.820,92	100.179,97	1.142,38
SAKARYA	12.476.701,14	128.771.577,22	487.896,01	5.900,47
SAMSUN	21.992.680,56	227.641.268,24	904.628,38	150.780,30
SİİRT	1.060.168,31	9.722.675,01	43.776,01	-
SİNOP	567.690,02	4.385.898,23	67.169,13	-
SİVAS	7.115.461,48	89.114.295,43	203.484,72	10.070,55
ŞANLIURFA	21.809.134,74	212.654.722,07	721.701,59	398.691,45
ŞİRNAK	3.178.570,63	30.390.550,08	106.068,41	-
TEKİRDAĞ	4.236.626,90	41.966.148,56	279.869,31	0,01
TOKAT	8.968.110,79	92.010.135,22	325.954,38	7.995,88
TRABZON	15.335.242,09	147.637.388,46	773.983,69	50.845,08
TUNCELİ	32.039,83	8.657,04	1.791,55	-
UŞAK	5.588.847,95	46.304.661,59	265.453,86	17.105,56
VAN	1.246.074,64	4.018.404,34	51.373,29	325,04
YALOVA	2.930.224,35	32.066.378,89	103.435,13	-
YOZGAT	7.277.388,37	71.777.209,54	303.908,52	8.135,09
ZONGULDAK	30.224.200,76	265.891.194,33	563.962,91	127.229,85

172.4. Meslekteki Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi

İlgili mesleklerde el dokuma tezgâhları kullanılabildiği gibi yüksek teknoloji ürünü makineler de kullanılabilmektedir. Özellikle halı kilim dokumacılığı, el işi değerli görülmekte ve geleneksel bir üretim tarzı olarak varlığını devam ettirmektedir. Ancak gerek başarılı uygulamalara bakıldığında gerekse talebin karşılanabilmesi adına, teknolojik açıdan gelişmiş tezgâhların da kullanım sahası olduğunu görmekteyiz. Üretim eğilimleri içerisindeki gelişim çizgisi genel olarak; el üretimli Türkiye menşeli çekmeli tezgâhlar, elektronik üretimli Türkiye menşeli tek motorlu elektronik olmayan jakarlı tezgâhlar, elektronik üretimli Türkiye menşeli çok motorlu elektronik jakarlı tezgâhlar ve Belçika menşeli son sistem elektronik tezgâhları ile bilgisayarlı üretim teknolojileri şeklindedir.

172.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Dokumacılık ile Halı, kilim dokumacılığı meslekleri genel olarak ev tekstili sektörünün altında yer almaktadırlar. Bu mesleklerin ilişkili olduğu alt meslekler şu şekilde sıralanabilir;

- Perdecilik,
- Mefruşatçılık,
- Çeyizcilik,
- Yorgancılık,
- Hallaçlık,
- İşlemecilik.

172.6. Mesleğin Rekabet Analizi

• Firmaların Rekabeti

İç piyasadaki rakipler genellikle diğer firmalar olarak karşımıza çıkmaktadır; ancak sayıca fazla olmadıkları için birbirlerine etkileri çok fazla olmamaktadır. Hâlihazırdaki firmaların kendi müşterileri mevcuttur.

• İkame Malların Rekabeti

Çin, Belçika ve İran gibi ülkelerden gelen mallar, rekabeti oldukça artıran bir unsurdur. Ancak Türkiye'nin uluslararası rekabette Belçika'ya karşı fiyat; Çin'e karşı da kalite avantajı bulunmaktadır.

• Tedarikçinin Gücü

Meslekte çalışanların büyük çoğunluğu gerekli ham maddeyi yurt içi kaynaklardan temin etmektedirler ve bu noktada da tedarikçi ve ürün çeşitliliği söz konusudur. Piyasada tedarikçilerin gücü çok etkili değildir.

• Müşterinin Gücü

Müşterinin alım gücü oldukça önemlidir. Müşterilerin tercihlerini özellikle ucuza satılan ithal ürünlerden yana kullanması rekabette bu meslek çalışanlarını zor durumda bırak-

maktadır. Müşterilerin bu meslekte belirleyici bir güce sahip oldukları söylenebilir; çünkü kişisel zevk ve tercihler, meslekteki ürünlerdeki en temel noktadır.

- **Giriş Engeli**

Mesleğin çok cazip bir durumda olmayışı, giriş için bir engel olarak değerlendirilebilir. Çok ciddi bir ihracat potansiyeline sahip olmasına karşın, mesleğe ilişkin yeterli yatırımların yapılmamış olması, mesleğe yeni gireceklerin sayısında etkili olmaktadır. Oldukça yoğun el emeği ve zaman gerektiren bir meslek oluşu da mesleğe girişteki zorluklardandır. Geleneksel olarak devam ettirilmeye çalışılan bir meslek oluşu itibarıyla, aynı aileden farklı kuşaktakilerin mesleğe girişi mümkün olmaktadır.

17.2.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler ve Fırsatlar

- Diğer ülkelere kıyasla Türkiye'nin daha kaliteli ve daha ucuz üretim yapabilmesi
- Önemli sayıda yetişmiş sanatkâr bulunması
- Maliyetlerin Avrupa'ya göre düşük olması, kalitenin yüksek olması
- Dokumacılığın Osmanlı'dan gelen kültürel bir zenginlik olması
- Turistik olma özelliği, teşvik ve desteklerin gündeme gelmiş olması
- Tarihsel, kültürel bir zenginlik olması
- Motif zenginliğine (imge ve mitolojik karakterlerle) sahip olması
- Uluslararası alanda söz sahibi olabilme potansiyeli (Her ne kadar Türkiye'nin payı %3 olsa da %35'lik paydaki İran'la rekabet edebilecek potansiyel taşımaktadır.)
- Geniş istihdam alanı oluşturulabilir konumda olması (Üniversite mezunları iş bulamazken ilkökul mezunu gençlerin bu meslekte iş bulabilmektedir.)
- Ev hanımları için istihdam fırsatı yaratması
- Atölye sistemi ile sosyalleşme fırsatı ve uygun çalışma ortamı sağlanması
- Mesleğin benimsenen ve sevilerek yapılan bir sanat olması

Zayıf Yönler ve Tehditler

- Nitelikli iş gücü yetişmemesi ve mesleki eğitimin yetersiz oluşu
- Mesleğin yeni nesil arasında yeterince cazip ve prestijli görülmemesi
- Kayıtsız ve kalitesiz yabancı malların pazara dolmasıyla oluşan haksız rekabet
- İçerde yapılan üretimin önemli kısmının ihracata yönelik yapılması; ihraç edilen bölgelerde ortaya çıkan siyasi ve askeri krizlerin sektörü olumsuz etkilemesi
- Sanatkârların yaşlarının ileri olması ve gençlerinin tecrübesiz olması
- Referans olarak verilecek ya da rakip olarak görülecek esnafın bulunmaması

- Devlet denetiminin yetersiz olması
- Sürdürülebilir istihdamın olmaması
- Yapılan desteklerin yetersiz olması ve desteklerden yararlanmanın zor olması
- Çin malı ürünlerin oluşturduğu rekabet
- El işi ürünlerin pahalı olması ve bunun bir dezavantaja sebep olması
- Gençlerin, mesleğin geleceğini göremedikleri için sektöre adım atmaya çekinmeleri
- Devlet tarafından göz ardı edilip denetlenmemesi
- Potansiyeli olmakla birlikte uluslararası rekabet gücünün olmaması
- Malzemelerin kalitesizliği (El halısı eğer ölü hayvan postundan yapılıyorsa koku yayabilmektedir ancak kırılarak alınan taze yünden yapılırsa ipler her zaman daha kaliteli olmaktadır.)
- Eleman sıkıntısı
- Meslekte yaş ortalamasının 45'in üzerine çıkması, mesleğin kaybolmaya yüz tutması

17.2.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Tarih boyunca toplumların sosyal, estetik ve ekonomik trendlerini yansıtan halı, Türkiye'nin tıpkı lokum gibi dünya markası hâline getirdiği önemli ürünlerinden biridir. Özellikle el halısına rağbet edenlerin çok iyi bildiği “Türk Halısı” markasının sağladığı avantaj ve sektörün sahip olduğu yüksek teknolojik üretim kapasitesi ile bugün Türk halı sektörü dünya ticaretinde yüzde 14 pazar payı ile ikinci büyük oyuncu konumundadır. Sektör bu güçlü konumunun yanında, cari açıkla mücadele eden ülke ekonomisi için ihracatıyla sağladığı katma değer ile de son derece kritik bir öneme sahiptir. Halı sektörü, Türkiye'nin dış ticaret fazlası verdiği sektörlerden biridir. Sektörde son 5 yılda yapılan yaklaşık 10 milyar dolarlık halı ihracatına karşılık, yapılan ithalat ancak bu rakamın 10'da biri kadarı olarak gerçekleşmektedir. 2013'te 15.5 milyar dolarlık hacme ulaşan dünya halı ticaretinde yüzde 16 paya sahip Çin'in ardından Türkiye ikinci büyük oyuncu olarak çok önemli bir rekabet avantajına sahiptir. Üstelik de bu avantajını giderek güçlendirmektedir. 2007 yılında 992 milyon dolarlık ihracatı olan Türk halı sektörü, son yıllarda ihracat kapasitesini yüzde 100'ün üzerinde artırmıştır. İhracatçı birliklerinin verilerine göre Türkiye, 2013 ve 2014'te makine halısı ihracatında yıllık yüzde 10'a yakın artış sağlamıştır. En büyük paya sahip Çin, 2013'te makine halısı ihracatında yüzde 5 artış sağlarken; dünya makine halısı ihracatında 3'üncü sıradaki Belçika aynı dönemde yüzde 7'lik artış sağlamıştır. Yine ihracatçı birlikleri verilerine göre 2013'te 15.5 milyar dolar hacme ulaşan dünya halı ihracatının, 13.5 milyar dolarını makine halısı ihracatı oluştururken; 1.9 milyar dolarlık kısmı el halısı ihracatından gelmiştir.

Türkiye el halısı ihracatında Hindistan, Mısır ve İran'ın ardından 4'üncü büyük oyuncu olarak yine önemli bir konumda yer almaktadır. Türkiye'nin 2013'teki el halısı ihracatı 132 milyon doları aşmıştır. Halı sektörünün 2014 verilerine göre 2.1 milyar doları aşan

ihracatına karşılık, aynı dönemde sadece 160 milyon dolar ithalat gerçekleştirmiş olması, sektörün dış ticaret açığıyla mücadeledeki stratejik önemini açıkça ortaya koymaktadır.

TÜİK verilerine göre sektörün sanayi üretim endeksi yıllık ortalaması incelendiğinde, geçtiğimiz 10 yılda kriz zamanları dâhil her yıl artış yaşandığını görmekteyiz. Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliklerince yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye’de halı sektöründe faaliyet gösteren kuruluşların toplam üretim kapasitesi 481 milyon metrekaare/yıl olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizin makine halısı üretiminin büyük çoğunluğu Gaziantep’te yerleşik olan firmalarca gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de makine halısı üreticiliğinin yoğun olduğu diğer illerimizi ise Kayseri, Niğde, Tekirdağ olarak sıralayabiliriz.

Sanayileşmenin başlangıcında ve Sanayi Devrimi’nde en önemli işlevi yerine getiren dokuma sanayi, bugün de Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından gerek emek yoğun bir sanayi dalı olması, gerekse üretim ve ihracatta önemli bir paya sahip bulunması sebebiyle bu ülkelerde sanayileşme için önemli bir başlangıç ve çıkış noktası özelliği taşımaktadır. Aynı zamanda bu sanayi dalı gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomilerini dışa açma aracı olarak da görülmektedir. Çünkü, dokuma sanayi iş gücü, ham madde vb. gibi birtakım avantajlara sahip olmasından dolayı, gelişmekte olan ülkelerde sanayileşme ve kalkınma açısından lokomotif bir sektör özelliği taşımaktadır. Dokumacılık ile halı kilim dokumacılığı Osmanlı’dan günümüze varlık göstermiş geleneksel meslekler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dokumacılık ve halı kilim dokumacılığı mesleklerini icra eden kişilerin çoğunluğu mesleklerini babalarından devralmış ve usta çırak ilişkisi ile sektöre giriş yapmışlardır. Ülkemizde bu meslekler giderek azalan, kaybolmaya yüz tutmuş meslekler hâline gelmektedirler. Bunun en önemli sebebi ilgili mesleklerde istihdamın az olmasıdır. Ancak diğer yandan bu mesleklerin çok ciddi bir ihracat potansiyeline sahip olduğu ortadadır. Türkiye’nin dokumacılık ve halı kilim dokumacılığındaki âdeta marka hâline gelmiş konumu, dış pazarda önemli bir paya sahip olmasını da beraberinde getirmiştir. Bu noktada ilgili mesleklerle yönelik çalışanları yönlendirecek girişim ve teşviklerin ortaya çıkarılması gereklidir. Aynı zamanda, Türkiye’nin bu marka değerinin de somut anlamda karşılığının alınması açısından gerekli tedbirler ortaya konulmalıdır. Uluslararası alanda Türkiye’nin halıcılık pazarındaki payı %3’tür. Ancak menşei Türkiye olan ürünlerin pazardaki toplam payı %60-%70 dolaylarındadır. Ürünlerin tescillenmesi, patent alınması, kültürel değerlerin kaybolmasının engellenmesi ve gerçek antikanın korunması gibi gerekli düzenlemelerin yapılması hâlinde Türkiye’nin pazardaki payı çok ciddi oradan artış gösterecektir.

17.3. Örgücülük ve Trikotajcılık

17.3.1. Mesleğin Tanımı

Örgücülük ve trikotajcılık iki ayrı meslek kolunu belirtmektedir ve bu iki meslek İŞKUR tarafından ayrı ayrı tanımlanmıştır. Bunun yanında, örgücülük mesleğinin farklı boyutlarını ele alan dört İŞKUR tanımı mevcuttur.

Şiş Örgücü (Elle): Modele uygun olarak şiş örgü temel tekniklerini ve değişik teknikleri kullanarak, örgü ile şal, hırka, çorap, şapka gibi ürün hâline dönüştüren ve çeşitli şekillerde süsleme yapabilme bilgi ve becerisine sahip kişidir.

Makrome Örgücü: Modele uygun araç-gereç seçen, ip uzunluğunu hesaplayan, düğüm tekniklerini uygulayan ve süsleyerek ürün çeşitlerini (çanta, abajur, sarkaç, nazarlık vb.) yapma bilgi ve becerisine sahip kişidir.

Örgü Makinesi İşçisi (El Tezgâhı) Trikotaj: Bir el tezgâhında orlon, perlon, pamuk veya yün ipliğinden kumaş, elbise, kazak, yelek, pantolon, kaşkol ve fanila gibi trikotaj eşyası ören kişidir.

Diğer Örgücüler ve Örgü Tezgâh Ayaracıları: Bu grup, çiftlenen çorapların burun, topuk ve konçlarına kopçalar takanlar, trikotaj işlemlerinde yardımcı faaliyetlerde bulunanlar gibi başka yerde sınıflandırılmamış trikotajcıları ve trikotaj tezgâhı ayaracılarını kapsar.

Trikotajcı: Kadın, erkek ve çocuk giyim eşyaları ve ev tekstilinin endüstriyel (makine ile) örgü ve dikimini yapan kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Trikotajcılık: Kadın, erkek ve çocuk giyim eşyaları ve ev tekstilinin endüstriyel (makine ile) örgü ve dikimini yapma işi. Örgücülük: Yün ipliğinden elle veya makine ile kazak, elbise, çorap vb. eşyaları örme işidir.

17.3.2. Mesleğin Tarihçesi

Örgücülük sanatında Türklere ait bilinen en eski örnekler, MÖ 7. ve 8. yüzyıllara ait buluntulardır. Türklere ait olan bu buluntulara Orta Asya'nın Pazirik Bölgesi'nde rastlanmıştır. Bu bölgede yapılan kazılarda, konç kısmı koç boynuzu motifleriyle süslenmiş yün çoraplar bulunmuştur. Bulunan bu eserler, o dönemde örgücülük sanatının Türklere oldukça gelişmiş düzeyde olduğunu göstermektedir. Orta Asya'da bulunan eserlerden sonra en eski örücülük örneklerine Mısır'da rastlanılmıştır. Mısır mezarlarında yapılan kazılarda, başparmağı ayrı kırmızı yün çoraplar bulunmuştur. Ayrıca Güney Amerika'da (Peru'da) yapılan kazılarda MÖ 3. ve MS 3. yüzyıllara ait örgü işlerine rastlanmıştır. Peruluların örgü tekniği ve çeşidindeki zenginlik, örücülük sanatlarının ne kadar gelişmiş olduğunu ortaya koymaktadır. Örücülük sanatı 9. ve 10. yüzyıllarda, özellikle Asya'da gelişmiş durumdadır. Arap tacirler tarafından Asya'dan alınan pek çok malla birlikte ilk örgücülük örnekleri de 10. ve 11. yüzyıllarda İspanya'ya ve Avrupa'ya yayılmıştır. Örücülük alanında 16. yüzyılda, özellikle İspanya ve İtalya'da büyük başarılar elde edilmiştir. İpeğin 16. yüzyılda Avrupa'ya girmesinden sonra örgüde yün yerine ipek, altın, gümüş iplikler kullanılmaya başlanmıştır. Avrupa'ya 17. yüzyılda pamuğun gelmesiyle birlikte beyaz örgü denilen dantel örgü yaygınlaşmıştır. Milattan 2000 yıl önce yaşamış olan Romalılara ait bir parada, içinden yılan çıkan bir sepet resmi vardır. Britanya Müzesi'nde sergilenen ve Romalılara ait olan "sögüt sandalye" bugünkü örneklerle çok benzerdir.

Orta Asya Türkleri de sepeti çok çeşitli amaçlar için kullanmışlardır. Bugün hâlâ birçok yörede yaygın olarak kullanılan hasır örgü, Türkler tarafından 17. ve 18. yüzyıllarda da kullanılmıştır. Ele geçen buluntular gösteriyor ki örücülük çok eski bir geçmişe sahiptir. Örücülük, her devirde geçerliliğini koruyup günümüze kadar sevilen bir uğraş olarak birçok alanda kullanılmıştır.

17.3.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

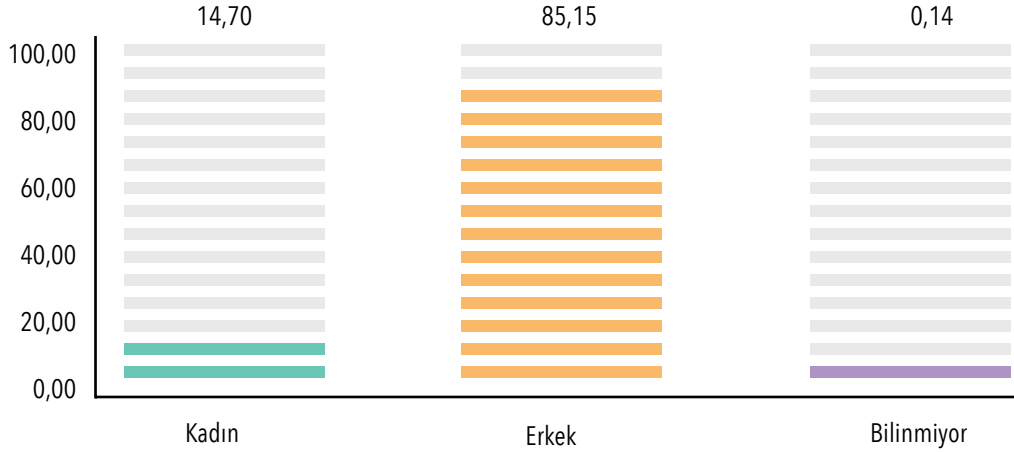
Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, örgücülük ve trikotajcılık mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 1.401 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

17.3.3.1. İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Örgücülük ve trikotajcılık mesleğindeki 1.401 iş yerine bakıldığında bunların %85'inin erkeklere; %15'inin ise kadınlara kayıtlı olduğu görülmektedir. Bu çalışanların yaş ortalaması 48'dir.

SGK'nın sağladığı verilere göre 2015 yılı itibarıyla Örgücülük-Trikotajcılık mesleğindeki sigortalı çalışan sayısı 3776'dır.

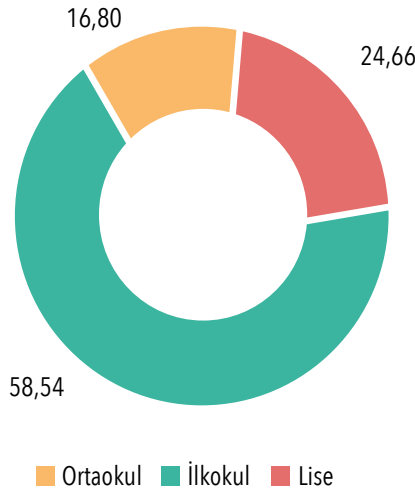
Şekil 47. Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Örgücülük-trikotajcılık mesleğindeki esnafların eğitim durumlarıyla ilgili verilere bakıldığında çalışanların eğitim durumunun düşük olduğu görülmektedir. Bu meslekteki esnafların yaklaşık %60'ı ilkokul mezunu iken; ortaokul ve lise mezunu olanların oranı ise sırasıyla yaklaşık %25 ve %17 olarak ortaya çıkmıştır.

Şekil 48. Örgücülük ve Trikotajcılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

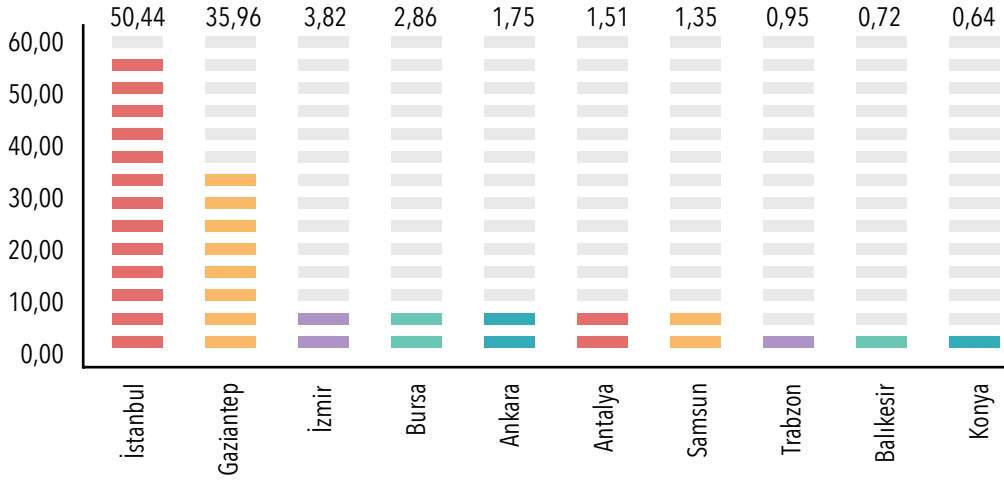


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.3.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Örgücülük ve trikotajcılık mesleğindeki esnaf ve sanatkârlara ait iş yerlerinin illere göre dağılımıyla ilgili de veri bulunmaktadır. Buna göre bu meslekteki iş yerleri sayısına göre ilk 10 il, aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. İş yerlerinin çok büyük oranda İstanbul ve Gaziantep'te toplandığı, bunun dışında çok küçük bir kısmın diğer illere dağıldığı görülmektedir.

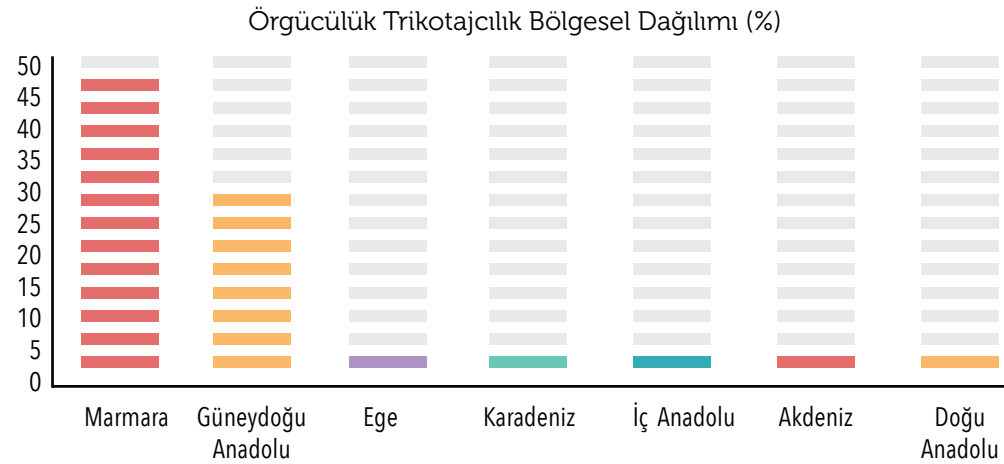
Şekil 49. Örgücülük Trikotajcılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Örgücülük ve trikotajcılık mesleğindeki 1.401 iş yerinin oldukça yoğun bir şekilde Marmara ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde toplandığı görülmektedir.

Şekil 50. Örgücülük ve Trikotajcılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

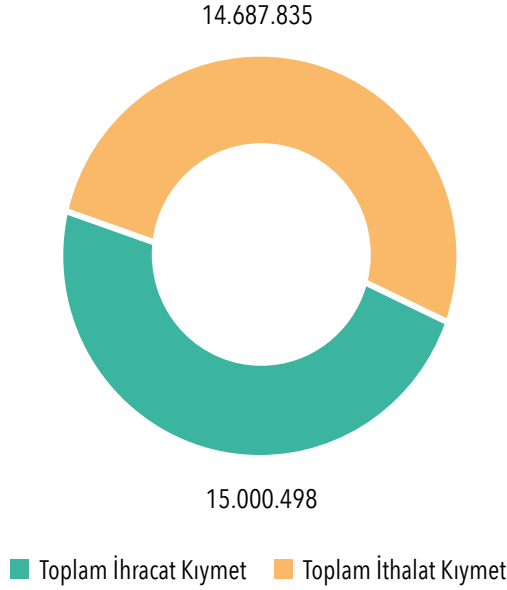


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.3.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre örgücülük ve trikotajcılık ile uğraşan esnafın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat ve ithalat seviyelerinin birbirine çok yakın olduğu görülmektedir.

Şekil 51. Örgücülük Trikotajcılık Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

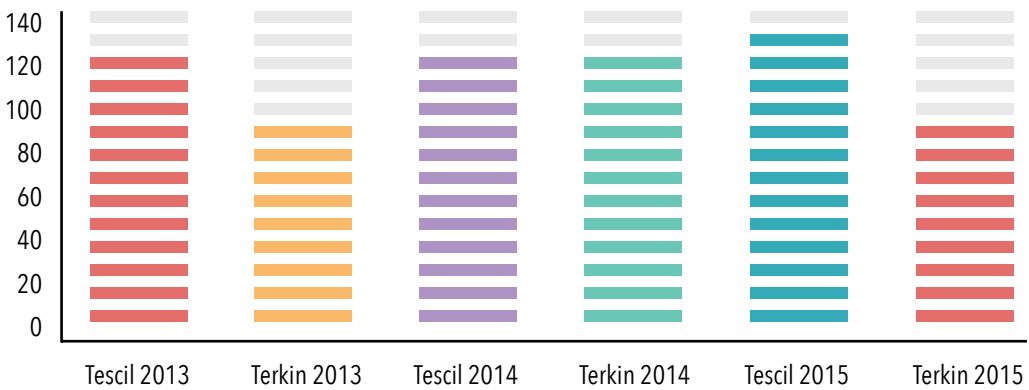


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.3.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Örgücülük ve trikotajcılık mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil ve terkin sayılarında ciddi bir artış gözlenmemektedir. 2013 yılında 131 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 138 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında ise 2014 yılında ciddi bir artış gözlenirse de (terkin sayısı 130), 2015 yılında 100 terkin işlemi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 52. Örgücülük ve Trikotajcılık Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.3.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Örgüçülük ve Trikotajcılık mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 341.469.925,23 TL; toplam gideri 3.412.508.143,66 TL; toplam kârı 17.385.152,55 TL ve toplam zararı 5.533.773,66 TL'dir.

Tablo 52. Örgüçülük ve Trikotajcılık Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	199.121,61	462.730,98	23.740,20	-
AFYONKARAHİSAR	301.187,04	2.291.948,61	16.215,45	651,02
AĞRI	399.134,18	4.462.355,88	27.271,19	-
AMASYA	40.918,32	22.301,64	1.500,00	10.477,07
ANKARA	426.227,95	1.513.833,33	49.071,41	11.065,90
ANTALYA	983.736,34	7.204.645,87	117.994,98	-
ARTVİN	9.780,00	-	1.391,13	-
BALIKESİR	271.954,37	86.467,08	27.990,92	-
BARTIN	5.280,00	1.065,30	4.214,70	-
BATMAN	-	-	1.500,00	-
BAYBURT	709,25	2.562,99	-	2.562,99
BOLU	31.852,00	29.697,60	14.313,89	-
BURDUR	19.850,19	1.169,66	1.104,78	-
BURSA	7.079.798,67	41.874.717,46	627.960,17	153.543,38
ÇANAKKALE	328.815,77	3.755.952,48	16.946,59	-
DENİZLİ	387.401,09	3.660.821,42	84.833,05	7.357,38
DÜZCE	-	1.200,00	-	1.200,00
ERZURUM	28.914,82	6.232,29	7.975,24	3.055,87
ESKİŞEHİR	10.684,16	1.109,10	6.836,06	-
GAZİANTEP	115.248.860,67	1.033.252.375,54	4.388.060,16	331.475,81
GİRESUN	8.780,00	9.876,50	10.850,26	-
HATAY	285.030,71	3.117.042,27	14.858,75	-
ISPARTA	106.743,72	6.868,63	1.191,68	192,30
İSTANBUL	185.853.748,13	1.991.643.477,47	10.656.665,22	3.991.866,09
İZMİR	23.045.750,84	265.229.302,20	745.005,90	948.969,66
KAHRAMANMARAŞ	107.092,06	11.447,94	7.698,80	-
KARABÜK	-	-	-	-
KASTAMONU	4.874,76	4.270,00	1.650,00	3.162,04
KAYSERİ	185.574,90	37.170,95	14.462,35	844,07
KIRIKKALE	27.450,00	570,00	1.548,00	-
KIRŞEHİR	4.500,00	1.905,96	8.044,04	-
KİLİS	26.638,50	-	2.313,00	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KONYA	2.198.718,49	25.370.791,04	60.003,58	-
MALATYA	4.650,00	3.135,00	1.515,00	-
MANİSA	93.679,27	24.443,93	10.500,63	7.915,62
MARDİN	92.328,00	1.031,66	6.050,00	773,66
MERSİN	42.351,91	21.619,71	8.253,89	2.597,22
MUĞLA	72.296,91	1.685,77	9.425,00	-
NEVŞEHİR	-	-	-	-
NİĞDE	27.467,00	-	4.675,60	-
ORDU	195.857,84	5.708,87	23.309,17	-
RİZE	11.676,89	1.912,15	13.179,53	-
SAKARYA	15.052,50	4.247,65	1.489,10	-
SAMSUN	2.023.868,03	19.677.972,53	203.477,62	55.571,58
SİNOP	5.097,00	-	1.991,61	-
SİVAS	1.673,00	-	520,00	-
ŞANLIURFA	2.500,00	-	4.450,00	-
TEKİRDAĞ	158.159,06	1.748.625,36	12.440,28	-
TOKAT	600.859,42	6.833.211,13	58.688,03	-
TRABZON	66.777,38	18.988,85	10.901,15	-
UŞAK	26.416,00	2.160,00	6.426,58	-
VAN	185.662,54	27.638,77	6.054,28	492,00
YOZGAT	44.667,35	3.000,00	13.452,55	-
ZONGULDAK	169.756,59	68.852,09	45.141,03	-

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.3.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi

Meslekte geleneksel el dokuma tezgâhları özellikle örgücülük için kullanılabildiği gibi yüksek teknoloji ürünü makineler de özellikle trikotajcılıkta kullanılmaktadır. Özellikle örgücülükte el işi değerli görülmekte ve geleneksel bir üretim tarzı olarak varlığını devam ettirmektedir. Ancak gerek başarılı uygulamalara bakıldığında ve gerekse talebin karşılanabilmesi adına teknolojik açıdan gelişmiş tezgâhların da kullanım sahası bulunduğunu görmekteyiz. Trikotajcılık için son teknoloji ürünü makinelerin kullanımı, üretim kapasitesini artıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı durum örgücülük için geçerli olsa da, buradaki makineleşmenin daha az olduğu söylenebilir.

Düz örme triko makinelerinin genel olarak sınıflandırılması şöyledir:

- El triko makineleri
- Mekanik triko makineleri
- Elektronik triko makineleri

El triko makineleri; düz örme kumaştan el ile iğne seçilerek oluşturulan ilmek bağlantılarının elde edilmesinde kullanılan makinelerdir. Mekanik triko makineleri; papkartondan aldığı komutla motorun hareketi sonucu örgü yüzeyi oluşturmayı sağlayan makinelerdir. Elektronik triko makineleri; iğne seçimi ve diğer örgü işlemlerini bilgisayar komutuyla sağlayarak örgü düzeyi oluşturan makinelerdir. 1990'lı yıllarda konfeksiyon maliyetini sıfıra indirmek amacı ile komple ürün çıkaran makinelerin yanında; sistem sayıları arttırılarak birim zamanda daha çok üretim yapan, çalışma genişliği yüksek elektronik triko makineleri de geliştirilmiştir. Elektronik makinelere örnek olarak Stoll CMS, Shima SEIKI, Universal gösterilebilir.

173.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Trikotajcılarının birlikte iş yaptığı meslekler şunlardır;

- İplikçiler,
- Moda tasarımcıları,
- Fason çalışanlar.

Nadiren kendi ürettiği ipi kullanan trikotajcılar da vardır; ancak çoğu, ipi dışarıdan almaktadır. Triko üretimi mevsimlik bir üretimdir. Bu bakımdan her sezon modası değişmektedir. Firmalar kendi AR-GE çalışmalarını yapmakta ve moda tasarımcılarıyla çalışarak modeller üretmektedir. Yurt dışında veya yurt içinde fuarlara katılıp modelleri inceleme fırsatı da bulunabilmektedir.

Trikotajın alt meslekleri arasında ise şunlar bulunmaktadır;

- Örgü ustaları,
- Teğelciler,
- Makine operatörleri,
- Konfeksiyoncular,
- Ütücüler,
- İlikçiler,
- Nakışçılar,
- İşlemeciler.

173.6. Mesleğin Rekabet Analizi

• Firmaların Rekabeti

Ciroları birbirine yakın olan esnaf arasında ciddi bir rekabet söz konusu değildir. Asıl rekabet büyük şirketlerle esnaf arasındadır. Üstelik günümüz şartlarında esnaf, bu firmalar ile rekabette giderek geride kalmaktadır. Kayıt dışı istihdam, bu meslek için büyük bir sorun olmaktadır ve firmalar arasındaki rekabeti olumsuz etkilemektedir.

- **İkame Malların Rekabeti**

Özellikle Uzak Doğu'dan gelen kalitesiz ve ucuz ürünler rekabet açısından sorun yaratmaktadır.

- **Tedarikçinin Gücü**

Pazarda tedarikçinin bir gücü söz konusudur; özellikle yurt dışından gelen ham maddeye bağımlı hâle gelen esnaf için bu bir sorun teşkil etmektedir. Bu noktada, gerekli ham maddenin iç piyasada da yeterince karşılanması gereklidir.

- **Müşterinin Gücü**

Hemen her meslekte olduğu gibi bu meslek için de müşterilerin gücü söz konusudur. Değişen moda trendleri düşünüldüğünde, örgü-trikotaj ürünlerini tercih eden tüketicilerin günden güne azaldığı gözlemlenmektedir. Bu durum ise müşterinin firmalar üzerindeki gücünü artırmaktadır.

- **Giriş Engeli**

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde fazla sayıda firma bulunmadığı için sektöre giriş kolay görünmektedir. Ancak talep ve kâr oranlarının düşüklüğü, sektöre girişin fazla olmayacağına işaret etmektedir ve tescil ve terkin sayılarının birbirine yakın seyretmesi, sektörde belli sayıda oyuncu/firma olacağını ve fazla artmayacağını göstermektedir.

17.3.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler ve Fırsatlar

- Mesleğin en güçlü yönü, çok eski bir meslek olması sebebiyle geniş bir bilgi birikiminin bulunmasıdır. Bu sayede sağlam temellere sahiptir.
- Osmanlı'ya ait türlü motif ve desenle model zenginliğine sahiptir.

Zayıf Yönler ve Tehditler

- Küresel ısınma trikotajı olumsuz etkilemiştir. Kıyı kesimlerinde kış aylarının hafif geçmesi, İzmir gibi illerin üretimde ve satışta gerilemesine sebep olmuştur. Artık trikonun başkenti olmak özelliği başka illere kaymaktadır.
- Dış ticaret bu meslek dalında neredeyse hiç yoktur. Sadece yurt içi pazar gelişmiştir. İzmir'in trikotajdaki iç piyasası daralmıştır. Önceden İç Anadolu Bölgesi'ne kadar geniş bir pazarı olan İzmir, artık sadece kendi çevre illerine hitap edebilmektedir. Bunun sebebi nakliyatın zorluğu değil, hipermarketlerin sayılarının artmasıdır.
- Trikotaj ve örgücülükte rakipler kendi esnaf çevreleri değil, büyük üretici firmalardır. Bu firmalarla yarışmak esnaf için güçtür ve tehdit oluşturmaktadır; çünkü esnafın yurt dışında ucuz üretim yapıp Türkiye'de satışa sunması mümkün değildir.

17.3.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Örgücülük ve trikotajcılık meslekleri köklü bir geçmişe sahip mesleklerdir. Bu mesleklerde, çok eskiden beri çalışarak tecrübe kazanan esnaf "alaylı" kelimesiyle tabir edilen, çıraklık,

kalfalık, ustalık aşamalarından geçen kişilerden oluşmaktadır. Yeni nesil trikotajcı ve işlemeciler ise meslek lisesi mezunları ile halk eğitim merkezlerinden sertifika alan kişilerden oluşmaktadır. Bu kişilerin mesleğe uyumlarını sağlamak ve yıllardır mesleki faaliyetlerde bulunan esnafa yakından çalışmalarını sağlamak önemlidir. Böylelikle yıllar içerisinde elde edilmiş mesleki ve teknik bilginin genç kuşaklara aktarımı sağlanabilecektir.

Mesleğin temel bir sorunu, kayıtsız çalışanlar ve evden fason üretim yapanlardır. Bu noktada gerekli yasal önemler alınmalıdır.

17.4. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı

17.4.1. Mesleğin Tanımları

Ayakkabı imalatçısı temel olarak aşağıdaki faaliyetleri yaparak ayakkabı üreten kişidir:

- Ayakkabı ölçüsünü alır ve kullanacağı kalıbı seçerek ölçülere uygun hâle getirmek,
- Istampalar yaparak kullanacağı malzemeyi seçmek,
- Istampalardan faydalanarak elle, deriden çeşitli parçalar kesmek,
- Parçaların kenarlarını tıraş ederek inceltmek,
- Presleyip bükme suretiyle parçalara şekil vermek,
- Deri parçalara astar yapıştırarak bunları birbirine dikmek,
- Tirpitirle bağcık delikleri açarak bunlara kapsül geçirmek,
- Kalıbın altına taban astarını çivilerle tespit etmek,
- Sayayı kalıba çekerek isteğe göre şekillendirmek,
- Maskaret ve topuk kısımlarının sağa veya sola kaymamasını kontrol ve temin etmek,
- Sayanın kalıp tabanı altında fazlalık teşkil eden kısmını taban astarının üzerine kıvrırmak ve monte çivileriyle veya yapıştırma usulüyle tespit etmek,
- Etrafına vardola geçirerek taban köselesinin altına kenarı takiben ve biraz içerden gazoma kanalı açmak,
- Köseleyi tabana geçirerek ökçeleri yapıp takmak,
- Ayakkabının piyantalalarını düzelterek gereken yerlere renkli balmumu, gardiye veya vernik sürmek,
- Piyantalara makinata geçerek patatir basmak,
- Ayakkabıyı kalıptan çıkararak içine meşin bir astar yapıştırmak ve ayakkabıların yüzüne bir kat vernik sürmek.¹⁷⁵

¹⁷⁵ İŞKUR, Meslekler Sözlüğü; <http://esube.iskur.gov.tr/Meslek/ViewMeslekDetayPopUp.aspx?uiID=7536.02> (Erişim Tarihi: 18.6.2016)

Bu meslek dalı aslında imal ve satıcılık olarak iki unsur içermekte olsa da, mevcut iş tanımları çerçevesinde sadece ayakkabı imalatçılığı tanımlanmıştır. Bu çerçevede İŞKUR ve MYK tanımları aşağıdaki gibidir:

İŞKUR Tanımı: Doğal deri, suni deri, kadife, keten, naylon vb. malzemelerden belirli bir modele göre standart veya sipariş ayakkabı üreten kişidir.

MYK Tanımı: Ayakkabı imalatçısı iş sağlığı ve güvenliği ve çevre ile ilgili önlemleri alarak, kalite sistemleri çerçevesinde; iş organizasyonunu ve ön hazırlığını yapıp çeşitli malzemeleri (deri, kaplanmış deri, doğal tekstil malzemeleri ve diğer bütün malzemeler) kullanarak ayakkabı montajı yapan, parçaları birleştiren ve mesleki gelişime ilişkin faaliyetlere katılan nitelikli kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Doğal veya suni deriden ve/veya kadife, keten, naylon vb. tekstil malzemelerinden belirli bir modele göre standart veya sipariş ayakkabı üreten, montajını yapan, parçaları birleştiren kişidir.

17.4.2. Mesleğin Tarihçesi

Ayakkabının ilk olarak, sandalet tipinde sıcak ülkelerde ortaya çıktığı tahmin edilmektedir. Bu tip ilk ayakkabalara Mısır mezarlarında rastlanmıştır. Orta Doğu'da ise ayağın sıcak kumlardan korunması amacıyla ayakkabalara topuk yapılmıştır. Avrupa'da, 11. ve 15. yüzyıllar arasında sivri burunlu ayakkabılar kullanılırken, 16. ve 17. yüzyıllarda ayakkabılar topuklu yapılmış ve bu topuklar kırmızıya boyanmıştır. 17. yüzyılda yüksek topuklu uzun çizmeler giymeye başlanmış; dantelli çorapların görünmesi için çizmelerin üst kenarları dışa doğru kıvrılmıştır. 1660'tan sonra siyah, üzeri bağcıklı ya da tokalı kalkık kare burunlu ayakkabılar çizmenin yerini almıştır. 18. yüzyıla kadar kadın ve erkek ayakkabıları arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Ayrıca, sağ ve sol ayaklar için ayrı ayakkabılar tasarlanması, 19. yüzyılda Philadelphia kentinde gerçekleşmiştir.¹⁷⁶

Ülkemizdeki ayakkabı tarihine bakıldığında, kaynaklara göre ilk ayakkabı Hititlerde görülmektedir. Hititler, Anadolu'da yaygın olarak kullanılan çarığa benzer kalkık burunlu tahta ayakkabılar giymişlerdir. "Çarık" sözcüğü Hititlerin ayakkabılarına verdikleri addır. Asurlular bütün binici halklar gibi çizme giymişlerdir; Yunanlılar ise, bildiğimiz sandaletlerin yanı sıra, bot tipi ayakkabılar da kullanmışlardır. Aynı tip ayakkabıları Romalılar da giymiştir. Ayrıca Romalılarda ayakkabı modelleri giderek zenginleşip çeşitlenmeye de başlamıştır. Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde ordunun, yönetici sınıfların ve kentli halkın gereksinimlerini karşılamak üzere zamanla ayakkabı çeşitleri çoğalmış ve ayakkabıcılık çok gelişmiştir. Diğer zanaatçıların olduğu gibi ayakkabıcıların da bir esnaf örgütlenmesi bulunmaktaydı. Lonca adı verilen bu örgütlenme, üretilen ayakkabıların niteliğini denetlemekteydi. Ayakkabı satıcıları için kullanılan "kavaf" sözcüğü zamanla yapımcıları da kapsamış; kavaf çizmeci, yemenici, nalıncı, terlikçi ve pabuççu gibi adlar almıştır.

¹⁷⁶ Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, "Ayakkabıcılık Sektör Raporu", 2014. http://www.dogaka.gov.tr/Ice-rik/Dosya/www.dogaka.gov.tr_522_CS1N16KJ_Ayakkabıcılık-Sektor-Raporu-2014.pdf (Erişim Tarihi: 15.5.2016)

Osmanlı toplumunda ayakkabı, giyenlerin toplumsal konumuna ve mesleğine göre çeşitlilik göstermekteydi. Ev içinde yüzleri atlas ve kadife gibi kumaşlardan yapılmış üzerleri sırmayla işlenmiş hafif ayakkabı ve terlikler giyilirken, dışarıda deri ayakkabı ve çizmeler kullanılıyordu. İnce bir zevkle ve hünerle işlenmiş bu deri ayakkabı ve çizmeler bugün Topkapı Sarayı Müzesi'nde sergilenmektedir. Osmanlı Dönemi'ndeki ayakkabılar yapıldıkları malzemeye, biçimlerine ve kullanıldıkları yere göre farklı adlar alırdı. Başmak, cimcime, çapula çizme, yarım çizme, çedik, çedik pabuç, edik, fotin, galoş, mest, kalçın kundura, merkub, nalın, sandal, terlik, tomak, yemeni başlıca ayakkabı çeşitleriydi. Genellikle alçak ökçeli ya da ökçesiz yumuşak deriden yapılan rahat ayakkabılar tercih edilirdi. Dışarıda giyilen ayakkabılardan bazıları mest-ayakkabı gibi iki parçadan oluşurdu. Ayağa giyilen mestin üzerine onu yağmur ve çamurdan korumak amacıyla önceleri ayakkabı, sonraları da lastik giyildi. Şoson ya da galoş denen lastik ayakkabının içine geçirilerek giyilen mestler, özellikle namazlarını camilerde kılanlarca kullanılırdı.

16. ve 18. yüzyıllarda İstanbul, Edirne ve Bursa'da ayakkabıcılık çok gelişti. 19. yüzyıl sonlarına kadar Türkiye'de ayakkabı yapımı tümüyle el işçiliğine dayanıyordu. Beykoz'daki deri fabrikasına 1884'te ayakkabı yapım bölümü eklendi. 1920'lerde İstanbul'daki ayakkabıcı esnaf ve sanatkarları, Dersaadet ve Biladî Selase (İstanbul) Ayakkabıcı Esnafı Cemiyetini kurdu; Cemiyetin ilk kongresi 18.03.1921 tarihinde gerçekleşti. 1933'te Sümerbank'a devredilen Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası makineli üretimin yapıldığı önemli bir yerdi. Cumhuriyet'in ilanından 1950'ye kadarki dönem ise ısmarlama ayakkabı dönemi olarak adlandırılır. Bu dönemde, üretimin tamamı el emeğine dayandığından, üretim miktarı sınırlıydı. Sırt makinesinden başka makine olmadığından her iş basit aletlerle elde yapılmaktaydı. 1950'lerden itibaren nüfus artışı, şehirleşme ve gelir artışına bağlı olarak ayakkabı talebinde de artış başladı. Makineleşmeye yönelen ayakkabıcılıkta üretim, önceki döneme göre birkaç katına çıksa da kitle üretimine geçiş mümkün olamadı.

1975 yılından sonra ayakkabı sanayisi gelişme yoluna girdi. Özellikle makinaya dayalı üretim tesislerinin çoğalması, ihracatta gerçekleştirilen artış ve devletle ilişkilerin geliştirilmesi bu döneme rastlamaktadır. 1980'li yıllarda ise ülkemizde uygulanmaya başlanan liberal ekonomi politikaları ve ithalatın kolaylaşması, çoğu sektör gibi ayakkabı sektöründe de bir zorlama yarattı. Tüm dünya ayakkabı sanayisinde olduğu gibi Türkiye'deki üreticiler de fiyat ve maliyetlerin baskısı ile yoğun bir rekabet ortamı içine girdi. Bu koşullar ülkemizde ayakkabı üretimini atölyelerden, fabrikalara doğru genişlemeye itti. 1995 yılında AB ile imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması, tamamı orta ve küçük boy işletmelerden oluşan sektörü atılım yapmaya zorladı. Bütün bu koşullar, ayakkabı sektöründe yeni yatırımlara, yabancı firmalarla iş birliği gibi yeni yapılanmalara yol açtı.

Son yıllara kadar iç tüketime yönelik olan işletmelerin yöneldiği görülmektedir. Bugün ülkemiz ayakkabı sanayisi 30 bin kadarı ayakkabı üreticisi, diğerleri ise bunlara malzeme sağlayan veya ayakkabı pazarlayan toplam 50 bin civarında işletmeyi kapsayan ve yılda yaklaşık 250 milyon çift ayakkabının üretilebildiği, ayrıca dünya ihracatındaki payı sürekli artış içinde bulunan bir konumdadır.¹⁷⁷

¹⁷⁷ Çukurova Kalkınma Ajansı, "Ayakkabı İmalatı Sektör Raporu", Kasım 2014.

17.4.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

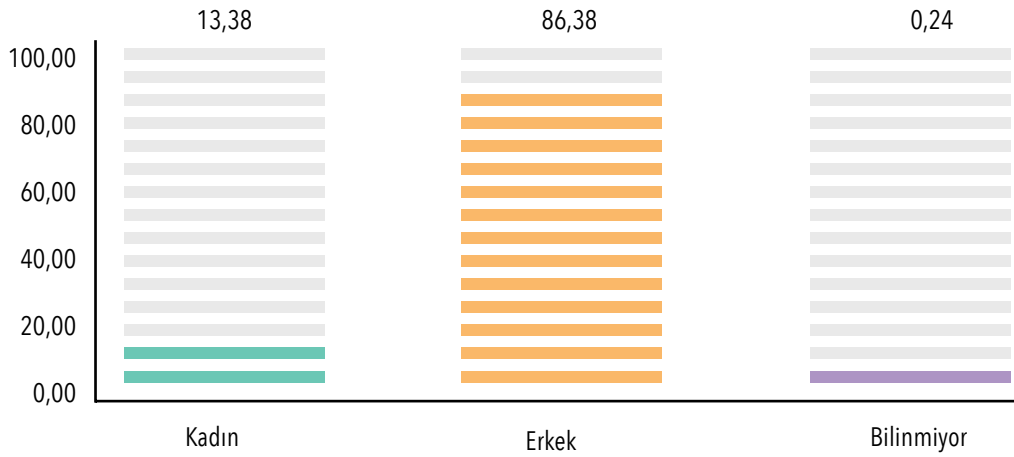
Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 13.109 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

17.4.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Ayakkabı İmal ve Satıcılığı mesleğindeki 13.109 iş yerine bakıldığında bunların %86,38'inin erkeklere; %13,38'sinin ise kadınlara ait olduğu görülmektedir. Bu çalışanların yaş ortalaması ise 44'tür.

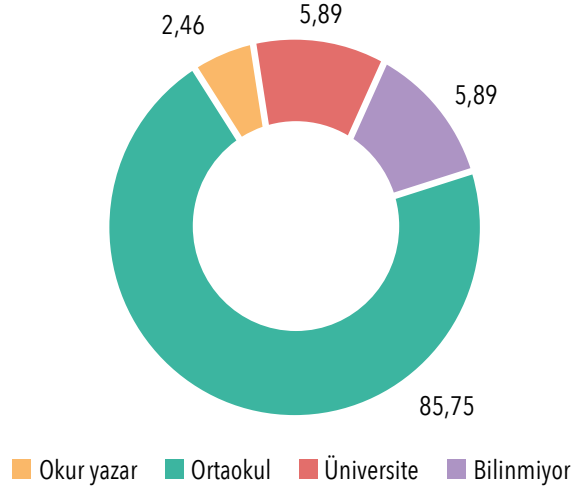
SGK 2015 verilerine göre 2015 yılı itibarıyla ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğinde çalışan sigortalı sayısı 15.294'tür.

Şekil 53. Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

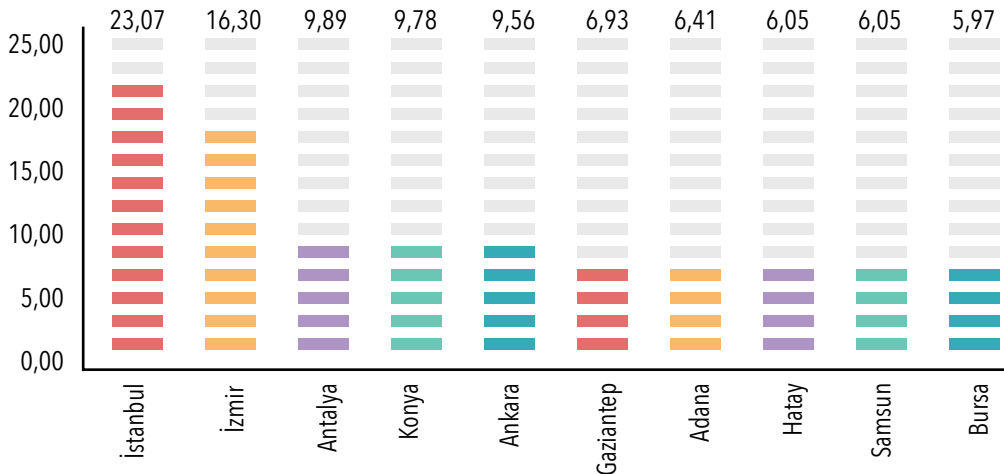
Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumuna bakıldığında, büyük kısmını teşkil eden yaklaşık %86'sının ortaokul mezunu olduğu görülmektedir. Bu meslekteki esnaf ve sanatkârın %6'sının eğitim durumu hakkında bilgi bulunmazken, üniversite mezunlarının da önemli sayıda olduğu ve bunların meslekteki esnafın %6'sına tekabül ettiği görülmektedir.

Şekil 54. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

17.4.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

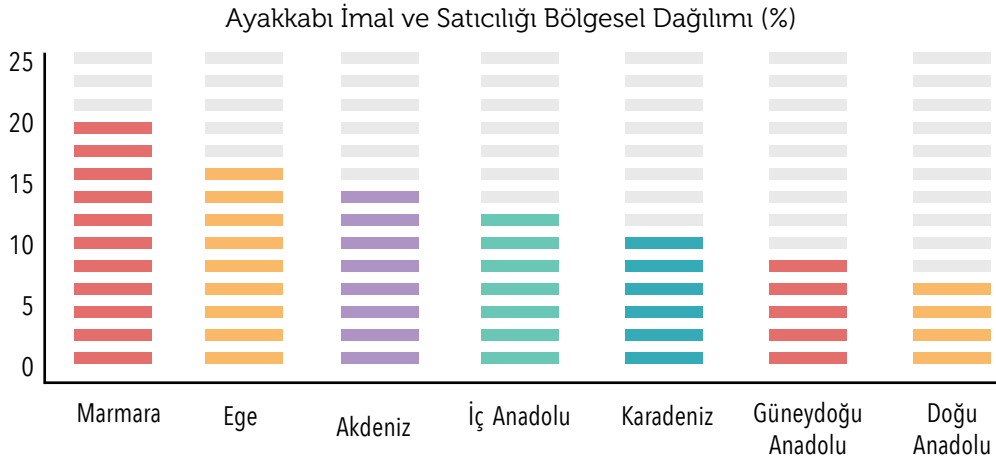
Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğindeki 13.109 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. En fazla sayıdaki işletme %23,07 oranı ile İstanbul'da bulunmaktadır; İstanbul'u %16,30 oranla İzmir ve %9,89 oranla Antalya takip etmektedir.

Şekil 55. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğindeki 13.109 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi'dir.

Şekil 56. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

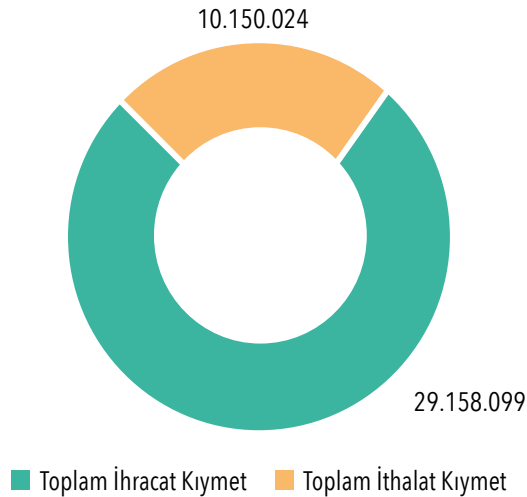


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.4.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr, 2015 yılında 29.158.099 dolar ihracat yapmıştır. Proje kapsamında incelenen meslekler arasında ise ihracat potansiyeli en yüksek meslekler arasında konfeksiyon imal ve satıcılığından sonra ikinci sırada yer almaktadır.

Şekil 57. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)



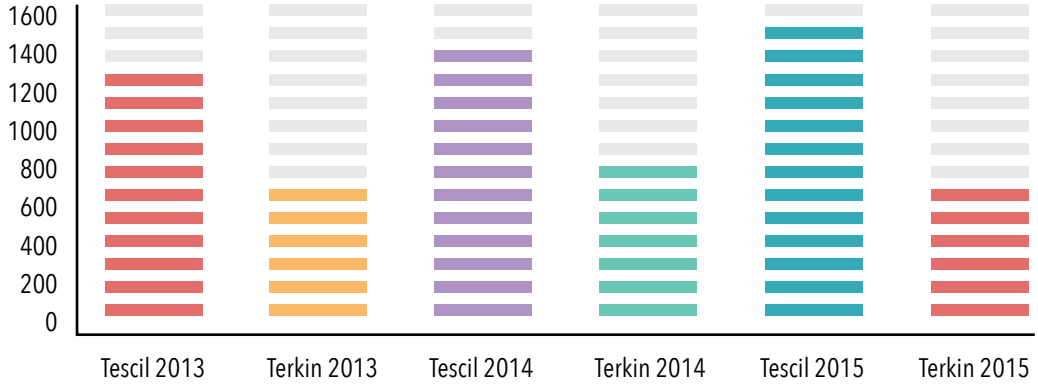
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Ayakkabı imal ve satıcılığı alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat yaklaşık 30 milyon dolar; toplam ithalat ise 10 milyon dolar seviyesindedir. Türkiye'nin ayakkabı ihracatının 670,4 milyon dolar olduğu düşünüldüğünde esnaf ve sanatkârın ihracattaki payı %4,5 oranındadır.

17.4.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında bir artış gözlenmektedir. 2013 yılında 1273 iş yeri; 2015 yılında ise 1475 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında ise 2014 yılında bir artış gözlenirse de (terkin sayısı 903), 2015 yılında 696 terkin işlemi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 58. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.4.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 1.895.981.011,99 TL; toplam gideri 17.019.102.117,01 TL; toplam kârı 97.709.984,54 TL ve toplam zararı 17.097.660,33 TL'dir.

Tablo 53. Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İl	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	103.166.397,64	946.824.388,13	3.485.448,18	180.454,63
ADIYAMAN	9.786.626,70	83.482.137,62	477.984,02	167.254,38
AFYONKARAHİSAR	12.900.467,47	133.434.492,92	382.796,16	72.009,16
AĞRI	4.831.312,01	46.071.668,50	158.443,46	4.034,37
AKSARAY	2.064.037,71	13.663.738,54	93.204,05	-
AMASYA	7.854.181,70	70.380.827,92	343.367,04	3.190,92
ANKARA	82.495.537,63	751.868.823,78	3.781.123,73	1.272.844,64
ANTALYA	77.557.627,65	661.192.655,69	3.632.789,25	1.728.986,61
ARDAHAN	713.435,56	102.250,71	54.848,62	12.116,88
ARTVİN	81.474,38	13.149,90	12.161,64	-
AYDIN	8.367.982,08	49.267.871,65	790.293,99	139.610,09
BALIKESİR	11.460.875,20	90.719.041,66	815.770,59	249.890,88

İl	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
BARTIN	2.741.784,71	20.094.238,89	218.345,29	586.253,06
BATMAN	8.534.943,05	64.879.109,84	129.032,04	9.650,00
BAYBURT	606.413,77	73.601,31	37.478,16	43.353,51
BİLECİK	1.563.972,99	7.801.110,54	116.072,34	5.568,33
BİNGÖL	2.034.334,71	19.872.529,04	70.746,24	-
BİTLİS	7.925.967,95	63.248.106,84	370.291,05	-
BOLU	4.148.433,09	33.077.898,24	208.762,92	20.928,54
BURDUR	5.276.499,93	36.285.268,40	242.251,21	25.586,97
BURSA	67.595.574,86	622.442.127,53	3.160.984,79	548.322,09
ÇANAKKALE	6.901.369,21	51.203.480,22	416.860,39	35.541,69
ÇANKIRI	1.539.622,08	11.351.981,06	123.571,94	6.809,91
ÇORUM	12.683.253,78	92.913.427,88	666.545,37	20.839,00
DENİZLİ	18.744.900,22	130.359.340,11	1.255.460,33	197.359,07
DİYARBAKIR	24.458.081,53	204.479.375,94	1.678.296,03	41.136,36
DÜZCE	7.049.727,99	52.115.658,62	384.559,65	200.371,01
EDİRNE	2.182.685,53	13.560.973,28	311.525,40	10.790,77
ELAZIĞ	11.131.125,88	98.405.037,24	635.065,58	11.360,24
ERZİNCAN	13.330.545,25	62.365.343,75	217.844,84	51.815,94
ERZURUM	15.811.875,31	130.011.046,61	903.298,96	2.455,29
ESKİŞEHİR	6.478.843,36	35.419.698,02	542.202,34	148.033,41
GAZİANTEP	113.562.767,86	1.115.682.725,98	5.758.754,15	126.808,02
GİRESUN	4.722.174,63	33.562.749,43	394.026,06	847,22
GÜMÜŞHANE	1.369.540,65	13.665.111,67	58.106,22	50,88
HAKKÂRİ	1.754.721,65	12.998.934,30	110.420,17	8.783,44
HATAY	64.983.261,85	598.342.127,96	3.635.442,35	222.911,79
IĞDIR	420.638,63	36.850,03	45.930,93	-
ISPARTA	4.170.118,18	9.207.479,84	470.751,12	34.968,55
İSTANBUL	322.958.479,36	3.215.897.024,26	17.320.855,14	6.073.028,58
İZMİR	288.966.798,02	2.801.937.600,52	14.409.413,06	1.713.714,24
KAHRAMANMARAŞ	25.009.942,17	212.078.770,87	1.517.429,36	22.489,86
KARABÜK	7.483.195,49	73.726.264,56	352.631,12	35.664,75
KARAMAN	526.647,82	110.341,52	106.409,52	16.519,07
KARS	1.845.801,34	5.696.524,41	284.346,58	-
KASTAMONU	9.596.539,45	87.183.481,31	481.566,77	29.720,80
KAYSERİ	20.337.468,00	171.341.502,20	612.643,34	146.743,38
KIRIKKALE	1.609.959,83	11.871.246,55	119.715,83	448,97
KIRKLARELİ	11.923.612,54	125.385.637,83	385.253,58	56.772,80
KIRŞEHİR	5.910.716,93	45.982.780,92	519.151,17	-

İl	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KİLİS	842.380,87	1.692.934,82	142.321,39	-
KOCAELİ	23.666.305,11	178.846.416,27	1.331.010,22	321.142,45
KONYA	107.033.751,39	1.011.852.965,62	4.269.239,68	527.367,42
KÜTAHYA	1.387.430,60	9.550.919,08	176.124,86	29.112,72
MALATYA	19.727.994,45	135.276.765,69	1.274.785,42	104.607,22
MANİSA	68.565.780,31	636.270.923,33	5.252.616,24	134.868,24
MARDİN	4.721.491,37	35.305.505,47	288.318,49	8.983,73
MERSİN	20.193.017,92	102.430.778,89	1.076.291,51	106.829,32
MUĞLA	22.951.114,04	155.931.338,51	1.871.333,12	434.149,66
MUŞ	835.579,50	6.267.234,62	42.900,95	27,20
NEVŞEHİR	808.456,17	3.346.253,80	47.894,66	15.796,02
NİĞDE	3.478.875,37	14.837.309,67	222.566,89	8.703,32
ORDU	11.579.554,86	84.324.732,55	695.964,33	67.311,29
OSMANİYE	3.826.767,59	25.453.080,16	366.368,60	454,54
RİZE	5.681.847,16	31.493.588,75	394.715,53	78.504,64
SAKARYA	24.587.266,11	219.447.580,99	1.246.458,50	298.292,65
SAMSUN	36.082.987,59	297.941.682,45	1.585.545,64	105.518,61
SİİRT	7.971.640,63	45.389.427,07	255.155,52	-
SİNOP	5.613.946,64	44.227.199,20	316.594,81	406,07
SİVAS	4.569.777,40	41.729.270,30	117.646,97	5.521,16
ŞANLIURFA	11.736.044,48	90.188.267,33	932.831,05	-
ŞIRNAK	2.103.640,70	12.018.579,81	106.814,65	1.397,45
TEKİRDAĞ	5.396.073,58	39.678.364,11	335.577,11	66.273,54
TOKAT	7.180.462,67	56.848.656,87	468.021,62	19.115,27
TRABZON	42.314.773,98	417.725.820,72	1.467.993,59	88.762,37
TUNCELİ	295.822,16	73.382,87	36.021,15	-
UŞAK	10.035.209,31	90.982.901,20	324.025,55	134.034,21
VAN	5.324.604,91	41.109.104,02	212.321,90	160.911,53
YALOVA	3.244.310,95	28.185.539,63	157.273,52	65.315,19
YOZGAT	1.134.594,31	9.657.062,67	66.332,70	-
ZONGULDAK	3.917.214,53	19.330.976,00	328.646,30	28.214,41

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

174.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

Ayakkabı üretiminde; tam makineleşmiş, yarı makineleşmiş ve geleneksel yöntemlerle üretim olmak üzere, üç farklı teknoloji düzeyi bulunmaktadır. Tam makineleşmiş işletmelerde üretimin her aşaması çeşitli makineler kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Yarı makineleşmiş

işletmelerde üretimin bazı aşamaları makinelerle yapılırken el aletleri ile üretim de yapılmaktadır. Geleneksel yöntemlerle üretim yapan işletmelerde ise tamamen el aletleri ile üretim yapılmaktadır. Konya Ayakkabıcılar Esnaf Odası tarafından yapılan araştırmaya göre (2013) özellikle 1980’li yıllarda sektörde oldukça ciddi sayılabilecek makina parkı yatırımları yapılmıştır. Böylelikle sektörün %30-35’i sanayileşmiş işletmelerden, %65-70’i ise yarı makinalaşmış işletmelerden oluşmaktadır.¹⁷⁸ Türkiye’de ayakkabı üretiminin çoğunluğu çok sayıda KOBİ niteliğindeki firma tarafından gerçekleştirilmektedir.

Ayakkabı, insanlığın ilk dönemlerinden neredeyse 17. yüzyıla kadar sadece soğuktan, sıcaktan ya da sokaklardaki pislikten korunma amacıyla kullanılırken; günümüzde temel ihtiyaç olmaktan çıkmış, kişinin ekonomik durumunu, modayla ilişkisini, şıklığını, kültürünü, karakterini yansıtır bir işlev görmeye başlamıştır. Bu sebeple ayakkabı modelleri çok çeşitlenmiş ve çok geniş bir fiyat ve model yelpazesinde üretilmeye başlanmıştır.

Ayakkabı üretimi, nitelikli iş gücünü gerektiren emek yoğun bir sektördür. Eskiden tüm ayakkabı tek bir usta tarafından yapılırken günümüzde ayakkabının saya, montaj, forra-freze gibi her bir bölümü için uzmanlıklar gelişmiştir. Ayrıca, günümüzde ayakkabı için en önemli alanlardan biri tasarımıdır.

Üretimde uzmanlaşma ve tasarımın öneminin artmasına ek olarak, pazarlama konusu da son dönemlerde oldukça önem kazanmıştır. Pazarlamanın zorluğu sektörde bir iş bölümünü gerekli kılmıştır. Perakende satış, çoğunlukla büyük markalar ve zincir mağazalar tarafından yapılırken, küçük ve orta ölçekli işletmeler perakende satıştan ziyade, fason üretime yönelmiştir. Bu işletmeler, nihai tüketiciye yönelik pazarlama faaliyeti gerçekleştirmek yerine, firmaların katıldığı ulusal ve uluslararası fuarlarda yer alarak büyük firmalara ulaşmaya çalışmaktadır. Bu kapsamda, internet imkânlarının gelişmesi, firmalara büyük kolaylık sağlamaktadır.

AR-GE faaliyetlerinin maliyeti, tasarımın uzmanlık ve yatırım gerektirmesi sonucu, sektörde ikinci bir iş birliği alanı doğmuştur. AR-GE faaliyetleri ve tasarımlar büyük markalar ve işletmeler tarafından yapılmakta; bu işletmeler de üretimlerini küçük ve orta ölçekli işletmelere fason olarak yaptırmaktadır. Büyük firmalar ve KOBİ’ler arasında kendiliğinden oluşan bu iş birliğinde esnaf ve sanatkâr da, KOBİ’lere parça başı iş yaparak ya da ayakkabı üretiminin bazı süreçlerini alarak üretim zincirine katılmaktadır.

174.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Ayakkabı üretiminin ilişkide olduğu diğer sektörler:

- Ambalaj Sanayi
- Deri Sanayi
- Suni Deri Sanayi
- Etiket Üretimi

¹⁷⁸ Konya Ayakkabıcılar Odası, “Ayakkabıcılar Sanayi Makine Ekipman Envanteri Araştırması”, 2013, s.11 http://www.itkib.org.tr/ihracat/disticaretbilgileri/raporlar/dosyalar/2014/DERI_ihracat_%20rapor_%202014_Haziran_sifreli.pdf

- Kimya Sanayi
- Makina Sanayi
- Neolit ve Kauçuk Plaka Üretimi ve Satışı
- Saraciye Üretimi

Ayakkabı Üretiminin Alt Sektörleri:

- Saya
- Fermuar ve Toka Üretimi ve Satışı
- Freze
- Hazır Taban Üretimi ve Satışı
- Jurdan Taban Üretimi ve Satışı
- Kösele Üretimi ve Satışı
- Zenne
- Aksesuar Üretimi
- Tasarım ve Modelciler
- Taban Astarı Üretimi ve Satışı
- Pres Bıçağı Üretimi ve Satışı
- Finisaj
- Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı

17.4.6. Mesleğin Rekabet Analizi

• **Firmaların Rekabeti**

Ayakkabı sektöründe makineleşmenin düşük olması rekabet gücünü etkileyen en önemli etkidir. Ayrıca, sektör tarafından kullanılan makinelerin Türkiye’de üretilmemesi makineleşme maliyetlerini artırmakta, küçük ve orta ölçekli işletmelerin kullandıkları teknolojiyi yenilemelerini zorlaştırmaktadır. Kalifiye iş gücüne olan ihtiyaç ve bu ihtiyacın giderilmesi yönünde uzun vadeli adımlar atılmaması sektörün rekabet gücünü artıramamasının sebeplerinden biridir.

Türkiye’de kaliteli ayakkabılar üretme potansiyeli bulunmakla birlikte, dünya çapında bilinen markaların oluşturulması ve tasarım ayakkabıların üretilmesi konusunda yeterli aşama kaydedilememiştir.

Esnaf ve sanatkarın rekabet koşullarında ayakta kalabilmesinin yollarından biri, büyük işletmelerle ortak üretim zinciri oluşturabilmeleridir. Çünkü ayakkabı sektöründe maliyetler açısından yurt dışından gelen ucuz ayakkabılarla fiyat rekabeti yapılabilmesi çok kolay görünmemektedir; bu sebeple yapılabilecek olan, tasarım ve kaliteli ürünler üzerine yoğunlaşmaktır.

Sektörde büyüklü küçüklü çok sayıda firma bulunmakta ve firmaların bir çoğu eksik kapasite çalışmaktadır. Bu sebeple firmalar arası rekabet oldukça yüksektir. Ayrıca her ne kadar kuvvetli bir ihracat potansiyeli olsa da ithalat rakamlarının yüksek olması, sektördeki firmaların rekabetini artırmaktadır.

- **İkame Malların Rekabeti**

Ayakkabı sektöründe, ayakkabının bir ikamesi olmadığından ikame ürün tehdidi de bulunmamaktadır.

- **Tedarikçinin Gücü**

Ayakkabı imalatının tedarikçileri, imalatla kullanan ham madde ve aksesuar sağlayanlardır. Bu konuda ayakkabı pazarı oldukça geniş ve gelişmiştir. Uzak Doğu'dan gelen mallar da tedarikçi yelpazesini genişletmiştir. Bu sebeple herhangi bir tedarikçinin pazar üzerinde hakimiyet kurması mümkün görünmemektedir. Ancak Uzak Doğu'dan gelen ürün ve aksesuarların ucuz olması bu ürünlerdeki yerli üretimin fiyat rekabetini artırmaktadır.

- **Müşterinin Gücü**

Ayakkabıcı satıcılığındaki esnaf arasında alıcıların ve tüketicilerin pazarlık güçleri yüksektir. Esnaf özellikle perakende satışlarında fiyat etiketi kullanmadığından, toplumdaki genel algı, bunların fiyatlarının pazarlığa açık olduğudur.

Esnaf ve sanatkârın müşterisi, sadece doğrudan tüketici değildir. Esnaf ve sanatkâr, KOBİ'lere ve büyük işletmelere fason üretim yaparak ya da ayakkabıyı bir bütün olarak üretmek yerine üretim süreçlerinin bir bölümünde uzmanlaşarak, üretim sürecine katılmaktadır. KOBİ ya da büyük işletmeler ise fason üretimde genellikle bir ya da birkaç firmayı tercih ettiklerinden müşteri rekabeti yüksek olur. Fason üretim yapan satıcıların pazarlık güçlerinin artması, endüstriyel faaliyette bulunan işletmelerin maliyetlerini, girdilerini ve nihai ürünlerin kalitesini, üretim miktarlarını ve teslim zamanlarını olumsuz etkilemektedir.

- **Giriş Engeli**

Ayakkabıcılık sektöründe sektöre yeni girecek oyuncular için en önemli sorunlar; pazardaki talep miktarı, mevcut üretici firmaların hâlihazırda tam kapasite çalışmıyor olması ve yüksek oranda ithalat yapılmasıdır.

17.4.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- İstihdam yoğun bir sektör olması
- Katma değerinin yüksek olması
- Türkiye'yi dünyaya tanıtan bir sektör olma potansiyeli taşıması
- Esnek üretim modeline sahip olması
- Esnek ve cesur girişimciye sahip olması
- Moda ve tasarım anlamında Batı'ya yakınlık

- Güçlü bir iç pazarın olması
- Birçok ayakkabı çeşidinin Türkiye’de üretilmesi
- Eğitimli 3. ve 4. kuşakların yetişmeye başlaması ve daha bilimsel ve programlı işlerin yapılmasının hedeflenmesi
- Üretim kapasitesinin yüksek olması

Zayıf Yanlar

- Sektöre hâkim yetişmiş akademisyen ve nitelikli eleman eksikliği
- Sermaye yapısının yetersiz olması
- Sektörde yabancı yatırımcı sayısının az olması
- Düşük kâr oranları ve yüksek rekabet baskısı
- Sektörün ancak %15’nin sanayileşmiş olması
- Yetersiz AR-GE faaliyetleri ve teknoloji takibi
- Yüksek teknikteki makine ve teçhizat eksikliği
- Üretim kapasitesinin yüksek olmasına rağmen, kapasite kullanım oranının düşük olması
- Tecrübeli ancak eğitimsiz iş gücü ve plansızlık nedeniyle verimsiz iş gücü kullanımı
- Tasarım, pazarlama, modelden üretime geçişte disiplinsizlik
- Finansman güçlükleri
- Sektöre sağlanan kredilerden yeterince yararlanılamaması
- Sektörde 12-16 ay gibi vadelerle çalışılmak zorunda kalınması
- Üretimin verimsiz olması
- Tasarım faaliyetlerinin yetersizliği

Fırsatlar

- Yerli ham maddeye sahip olunması
- Güçlü el üretim kapasitesi (emek yoğun sistem)
- Konfeksiyon ile güçlü iş birliği
- Pazarlara yakınlık
- Sektörel eğitim yatırımları
- Liselerde usta öğretmenlerin mevcut olması

Tehditler

- Savaş ortamında sanayileşememe

- Uzak Doğu'dan gelen ucuz ayakkabı
- AVM'lerin yaygınlaşması
- İnternette alışveriş kültürünün artması
- Dış pazarlarda yaşanan sorunlar

174.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları

Proje kapsamındaki mesleklerle ilgili hem kamu kurum ve kuruluşları hem de meslek kuruluşları raporun ilgili bölümünde yer almaktadır. Bunun dışında ayakkabı imal ve satıcılığı mesleği ile ilgili kurum ve kuruluşlar aşağıda listelenmiştir:

- Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı, TASEV
- Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği, TASD
- Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu, TUAF
- Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği, AYSAD
- Ege Ayakkabı Sanayicileri Derneği
- Konya Ayakkabıcılar Derneği, KONAYDER
- İstanbul Spor Ayakkabıcıları Derneği
- Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı

174.9. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

- **08.09.2005 tarihli Tüketicinin Satın Alacağı Ayakkabıların Temel Unsurlarının Yapımında Kullanılan Malzemelerin Etiketlenmesine Dair Yönetmelik**

Bu Yönetmelik'in amacı, tüketicilere satış amacıyla üretilen ayakkabıların temel unsurlarının yapımında kullanılan malzemelerin etiketlenmesine dair usul ve esasları belirlemektir.

Yönetmelik'in 5. maddesinde; ayakkabı çiftinin birinde veya her ikisinde, ayakkabı yüzü, iç astar ve taban ile dış taban gibi ayakkabı parçalarını oluşturan ve ayakkabıların temel unsurlarının yapımında kullanılan malzemelere ilişkin bilgilerin, yazılı açıklamalar kullanılarak bulundurulması gerektiği belirtilmektedir.

6. maddede ise etiketin nasıl olacağı anlatılmaktadır. Buna göre etiketin; ayakkabı çiftinin birinde veya her ikisinde baskı, yapıştırma, kabartma veya işleme suretiyle konulması gerektiği ifade edilmektedir. Etiket, ayakkabının üst yüzünün ve iç astar ve tabanının en az %80'ini oluşturan malzeme ve dış taban hacminin en az %80'ini oluşturan malzemeye dair bilgileri içermelidir. Ayakkabı yapımında kullanılan malzemelerden hiçbirisi %80 oranına ulaşmıyorsa, ayakkabıyı meydana getiren en yüksek orandaki iki malzemeye ilişkin bilgi, etikette yer almalıdır.

Etiket tüketiciyi yanıltacak şekilde olmamalıdır; içerikteki bilgilere kolay ulaşılabilir ve okunabilir büyüklükte olmalıdır. Tüketicinin bilgilendirilmesi için ise (Madde 7) ayak-

kapıların satışa arz edildiği yerlerde, kolayca görülebilecek ve okunabilecek şekilde; en az (297mm x 210mm) A4 boyutunda hazırlanmış bir poster veya tablo iş yerinin uygun bir yerine asılmalıdır.

Bu Yönetmelik'in en önemli maddelerinden biri 8. maddedir. Bu maddede üreticinin ayakkabının etiketlenmesinden ve etikette yer alan bilgilerin doğruluğundan sorumlu olduğu; ancak üreticiye ulaşamadığı takdirde, bu sorumluluğun dağıtıcıya ait olduğu belirtilmektedir.

17.4.10. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Türkiye'nin ayakkabı üretiminde Uzak Doğu ile rekabet etmeye çalışmasının, Türkiye'nin ekonomik koşulları ve üretim maliyetleri açısından isabetli bir strateji olmadığı düşünülmektedir. Bu sebeple Türkiye rekabet yönünü değiştirmeli ve kalite temelli İtalya, İspanya gibi ülkelerle rekabeti hedeflemelidir.

İtalya ve İspanya gibi ülkelerle rekabetin hedeflenmesi için Türkiye'nin aşağıdaki alanlarda strateji geliştirmesi gerekmektedir:

- Marka ve tasarım bilinci
- AR-GE yatırımları ve faaliyetleri
- Kaliteli ürün talebi olan yeni pazarların bulunması ve bu pazarlara giriş stratejilerinin geliştirilmesi
- Makineleşme
- Uluslararası fuarlara katılım sağlayan firmaların artması
- Pazarlama ve tanıtım stratejilerinin geliştirilmesi
- Kümelenme ile üretim maliyetlerinin düşürülmesi
- Büyük işletmeler ile KOBİ'ler arasında iş birliği ve dayanışmanın artması
- Sektörün tüm paydaşları ile bütüncül bakış açısı oluşturulması
- Sektördeki KOBİ niteliğindeki işletmelerin kurumsallaşması

Dünya ayakkabı sektöründe Türkiye'nin önemli bir aktör olabilmesinin yolu, yukarıdaki başlıklarda özetlenen konularda ilerleme kaydetmesine bağlıdır. İtalya ve İspanya gibi kaliteli ve tasarım ürünler pazarına girmenin başka bir yolu bulunmamaktadır. Bu gelişmeleri gösterebilmek için sektördeki büyük ve KOBİ niteliğindeki firmalar arasında iş birliğinin gelişmesi ya da gelişmesinin devlet tarafından teşvik edilmesi gerekmektedir. Hâlihazırda bu iş birliği, oluşma eğilimindedir. Büyük firmalar AR-GE yatırımlarını artırıp daha çok tasarıma ağırlık verme, üretimlerini fason üreticilere kaydırma ve pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine daha fazla bütçe ayırma eğilimindedirler. Bu eğilim, sektörün geneli için yaygınlaştırılmalıdır.

17.5. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı

17.5.1. Mesleğin Tanımları

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı, ayakkabı temizleme, parlatma, boyama ve tamir işlemlerini gerçekleştiren meslektir. Bu mesleği icra edenler boyacılık kapsamında ayakkabıların temizleme, cilalama, boyama işlemlerini yapar; isteğe göre ayakkabıyı siler, kirini, tozunu alır ve her türlü tamir işlemlerini yapar. Bu mesleği icra edenler tamircilik kapsamında ise üretilmiş ayakkabıların parçalarını (ökçe, taban, vb.) el veya makine ile sökerek gereken yerleri temizler; yeni parçaları takar, mevcutları dikerek, yapıştırarak ya da gerekirse yama yaparak tamir eder.

Bu meslek dalı görüldüğü üzere tamircilik ve boyacılık olmak üzere birbirinden farklı iki unsur içermektedir. İŞKUR bu iki mesleği aşağıdaki gibi tanımlamıştır:

- **Ayakkabı Tamirciliği:** Esas itibarıyla deriden yapılmış ayakkabıları tamir eden kişidir.
- **Ayakkabı Boyacılığı:** Lostra salonu, cadde ve sokaklar gibi halka açık yerlerde ayakkabı boyama, parlatma ve temizleme işlerini yapan kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Ayakkabı temizleme, parlatma, boyama ve tamirat işidir.

17.5.2. Mesleğin Tarihçesi

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğinin tarihçesi ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğinin tarihi ile paralellik göstermektedir. Bu meslek, ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğinin alt mesleği olarak değerlendirilmektedir.

17.5.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

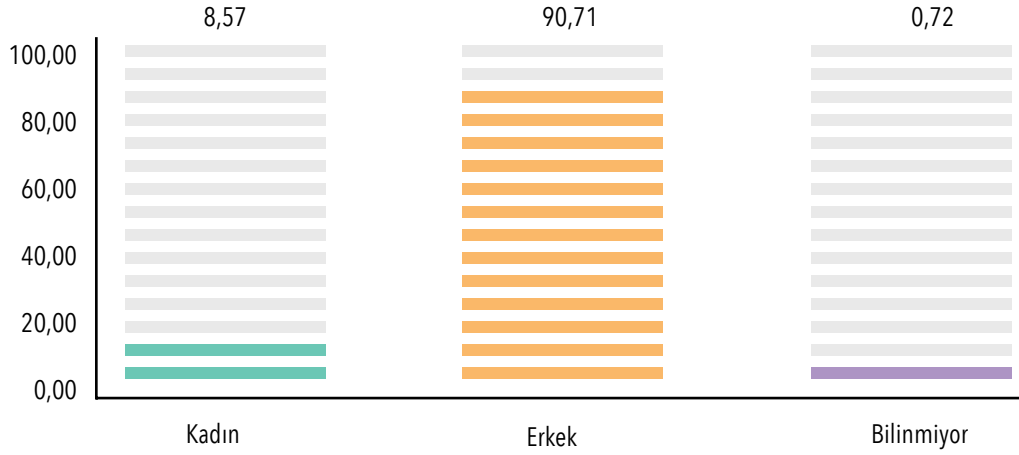
Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 1937 işletme bulunduğu görülmektedir.

17.5.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleğindeki 1937 iş yerine bakıldığında bu iş yerlerinin %90,71'inin erkeklere; %8,57'sinin ise kadınlara ait olduğunu görülmektedir. Bu çalışanların yaş ortalaması ise 47'dir.

SGK 2015 verilerine göre, 2015 yılı itibarıyla ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğinde çalışan sigortalı sayısı 288'dir. Türkiye geneli düşünüldüğünde SGK'ya kayıtlı çalışan sayısı, bu meslekte kayıt dışılığın oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum, ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğindeki kişilerin hayat koşulları ile ilgili bir ipucu vermektedir.

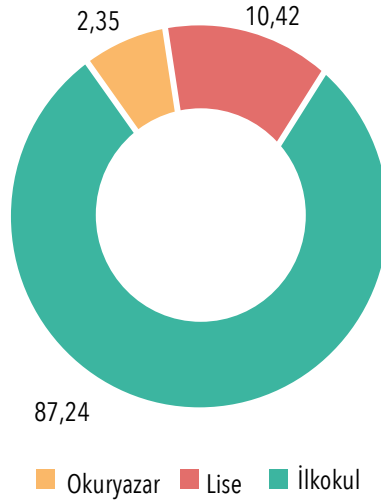
Şekil 59. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumuna bakıldığında, esnaf ve sanatkârın yaklaşık %87'sinin ilkokul, %11'ine ise lise mezunu olduğu görülmektedir. Meslekte sadece okur-yazar olanların oranı ise %2'dir.

Şekil 60. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

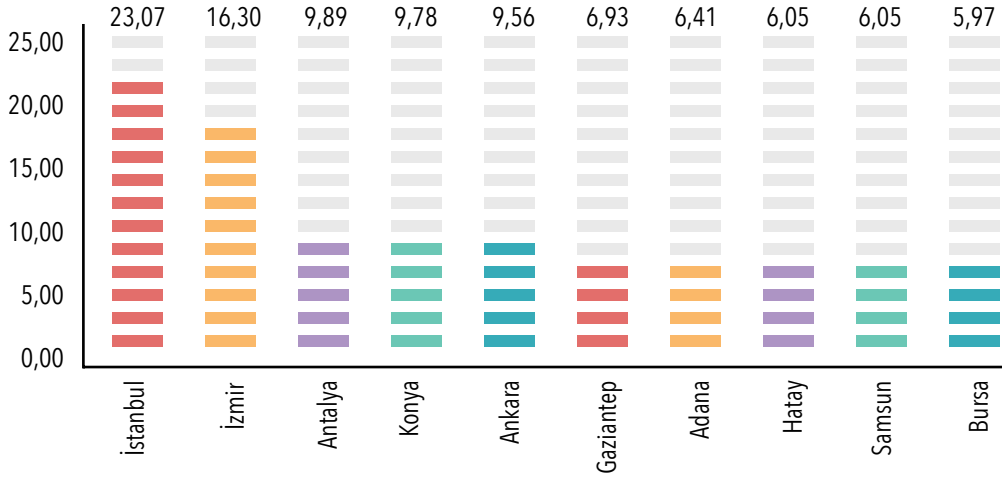


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.5.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğindeki 1937 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

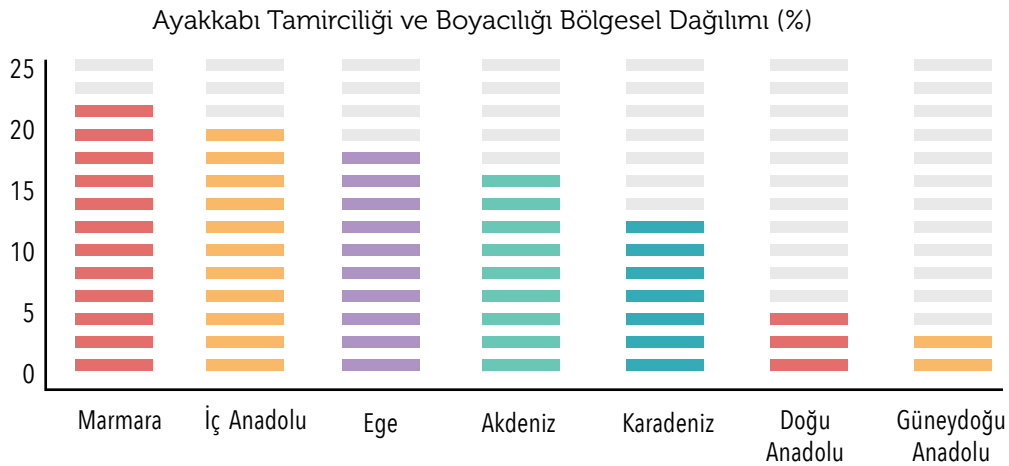
Şekil 61. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğindeki 1937 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Ege Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi'dir.

Şekil 62. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

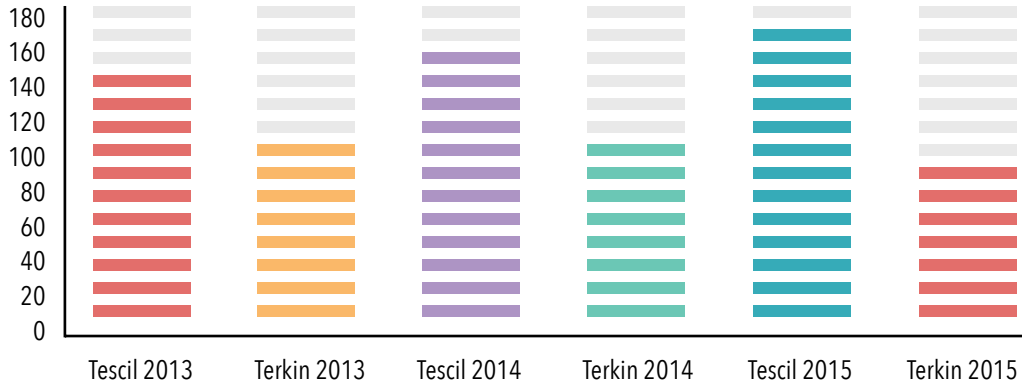
175.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğinin toplam ithalatı 66.405 dolardır. Mesleğin doğası gereği ihracat yapılmamaktadır; ithalatın sebebi ise ayakkabı tamirciliği ve boyacılığında kullanılan ürünlerden kaynaklanmaktadır.

17.5.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında önemli bir değişim gözlenmemektedir. 2013 yılında 162 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 168 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında ise bir düşüş gözlemlenmiştir. 2013 yılında 123 iş yeri, 2014 yılında 111 iş yeri, 2015 yılında ise 102 terkin işlemi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 63. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.5.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 21.136.468,01TL; toplam gideri 113.644.860,47 TL; toplam kârı 4.622.981,86TL ve toplam zararı 843.586,25 TL'dir.

Tablo 54. Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	86.937,40	22.486,00	47.714,00	3.070,00
ADIYAMAN	609.279,33	4.719,00	39.350,00	-
AFYONKARAHİSAR	62.724,03	30.966,00	35.651,00	-
AĞRI	32.136,00	-	652,00	-
AKSARAY	1.609,00	10.609,00	8.739,00	-
AMASYA	10.070,00	6.505,00	3.565,00	-
ANKARA	1.074.234,75	3.394.470,00	320.330,00	122.753,00
ANTALYA	1.569.115,64	3.320.121,00	320.219,00	12.943,00
ARDAHAN	3.500,00	700,00	4.650,00	-
ARTVİN	10.103,65	10.285,00	10.692,00	-
AYDIN	140.601,51	63.650,00	65.538,00	13.654,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
BALIKESİR	132.500,50	27.314,00	72.851,00	-
BARTIN	44.417,22	7.217,00	27.908,00	-
BATMAN	2.790,00	194,00	3.565,00	-
BAYBURT	6.800,00	193,00	2.190,00	-
BİLECİK	12.894,19	-	2.151,00	-
BİNGÖL	4.130,00	3.620,00	4.860,00	-
BİTLİS	77.993,00	22.780,00	32.900,00	-
BOLU	108,34	4.093,00	6.447,00	-
BURDUR	616.903,98	7.164.558,00	16.372,00	-
BURSA	635.151,11	3.067.356,00	90.580,00	-
ÇANAKKALE	136.646,30	34.777,00	41.999,00	-
ÇANKIRI	-	3.313,00	3.685,00	-
ÇORUM	931.252,58	8.375.384,00	65.235,00	-
DENİZLİ	97.071,54	21.722,00	31.875,00	-
DIYARBAKIR	77.002,45	2.293,00	21.687,00	-
DÜZCE	144.533,09	83.813,00	74.137,00	9.614,00
EDİRNE	725.298,97	8.645.102,00	6.686,00	-
ELAZIĞ	48.105,30	4.955,00	26.580,00	-
ERZİNCAN	22.415,80	4.192,00	10.365,00	-
ERZURUM	210.460,01	34.592,00	54.922,00	7.819,00
ESKİŞEHİR	136.571,42	53.444,00	77.679,00	-
GAZİANTEP	130.106,81	51.318,00	59.031,00	31,00
GİRESUN	27.745,97	28.482,00	111.060,00	-
GÜMÜŞHANE	7.280,18	3.712,00	3.568,00	-
HAKKÂRİ	1.300,00	-	1.300,00	-
HATAY	92.284,80	36.469,00	63.777,00	-
ISPARTA	18.317,00	4.145,00	21.302,00	1.212,00
İSTANBUL	3.550.371,62	26.343.643,00	571.038,00	334.684,00
İZMİR	998.599,52	7.355.721,00	381.962,00	84.513,00
KAHRAMANMARAŞ	132.967,04	7.745,00	55.403,00	-
KARABÜK	88.748,29	10.025,00	25.534,00	-
KARAMAN	72.269,79	11.631,00	15.912,00	-
KARS	54.308,40	5.273,00	29.242,00	-
KASTAMONU	48.090,11	3.600,00	44.236,00	-
KAYSERİ	456.120,46	3.791.491,00	78.962,00	16.597,00
KIRIKKALE	6.800,00	-	1.800,00	-
KIRKLARELİ	11.668,68	9.524,00	4.311,00	7.052,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KIRŞEHİR	20.621,85	11.030,00	25.199,00	-
KİLİS	2.761,00	714,00	4.763,00	-
KOCAELİ	323.457,61	140.274,00	98.808,00	11.556,00
KONYA	776.272,40	988.661,00	157.395,00	10.881,00
KÜTAHYA	76.716,76	27.806,00	42.637,00	-
MALATYA	126.002,56	33.947,00	53.542,00	6.494,00
MANİSA	302.670,84	48.361,00	145.025,00	-
MARDİN	21.393,50	-	7.700,00	-
MERSİN	950.989,10	6.176.515,00	270.369,00	2.504,00
MUĞLA	701.287,25	4.118.242,00	155.126,00	-
NEVŞEHİR	18.639,18	12.305,00	7.676,00	3.071,00
NİĞDE	16.967,41	3.900,00	14.070,00	-
ORDU	193.238,03	106.012,00	44.123,00	111.193,00
OSMANİYE	8.635,00	3.305,00	5.500,00	-
RİZE	9.232,00	11.473,00	22.704,00	-
SAKARYA	1.515.449,17	11.564.328,00	151.588,00	20.446,00
SAMSUN	134.728,48	48.949,00	56.229,00	-
SIİRT	384.235,18	4.451.235,00	14.516,00	-
SİNOP	72.231,50	31.665,00	20.187,00	-
SİVAS	521.868,38	5.366.790,00	32.276,00	-
ŞANLIURFA	72.205,00	885,00	24.581,00	-
ŞIRNAK	13.200,00	-	1.150,00	-
TEKİRDAĞ	139.125,95	30.187,00	51.880,00	778,00
TOKAT	217.224,43	21.102,00	50.139,00	-
TRABZON	118.306,37	49.867,00	31.004,00	606,00
UŞAK	439,00	5.993,00	4.325,00	-
VAN	1.000,00	200,00	800,00	-
YALOVA	802.441,44	8.190.875,00	55.198,00	-
YOZGAT	41.973,00	4.912,00	29.745,00	-
ZONGULDAK	192.819,84	107.127,00	44.514,00	62.116,00

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.5.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

Ayakkabı üretiminde makineleşme yönünde sağlanan ilerlemeye rağmen, aynı durum ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleği için geçerli değildir. Ayakkabılar makine ile üretiliyor olsa da, tamircilik ve boyacılık mesleğinin doğası gereği tamir ve boyama işlemi basit makinelerle ya da elle yapılmaktadır ve yapılmaya devam edecektir.

175.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleği, temel olarak iki meslekle ilişkilidir. Bunlardan ilki ayakkabı imal ve satıcılığı; diğeri ise cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığıdır. Ayakkabı tamircileri ve boyacıları her ne kadar isimleri gereği ayakkabı ile iştigal ediyor olsalar da, bu kişiler çanta, cüzdan ve kemer gibi ürünleri de tamir etmekte veya boyamaktadır. Benzer şekilde ayakkabı tamirci ve boyacılarının deri montları da boyadıkları görülmektedir.

175.6. Mesleğin Rekabet Analizi

- **Firmaların Rekabeti**

Meslekte faaliyet gösteren 1937 iş yeri bulunmaktadır. Rakamın düşüklüğünün sebebi, mesleği icra eden birçok kişinin kayıt dışı bir şekilde çalışıyor olmasıdır. Hâlihazırda ayakkabı tamircileri ve boyacıları belirli müşteri kitlesini paylaşacak şekilde belli alanlara dağılmıştır. Bu sebeple firmalar arası rekabet bu meslek için pek geçerli değildir.

- **İkame Malların Rekabeti**

Tamire ve boyaya ihtiyaç duyan bir ayakkabının ikamesi, ancak yeni bir ayakkabı olacaktır. Uzak Doğu'dan gelen ucuz ayakkabılar bu anlamda ayakkabı tamircileri ve boyacılarının ikamesi olarak kabul edilebilir. İnsanlar, ayakkabılarını (özellikle yazlık ayakkabıları) tamirciye götürmek yerine, çok ucuza yenisini almayı tercih edebilmektedir. Bu durum ise, ikame malların rekabet seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir.

- **Tedarikçinin Gücü**

Ayakkabı tamircileri ve boyacılarının kullandıkları ürünler ekseriyetle boya, cila, taban, topuk ve basit dikiş makineleridir. Bu tedarikçilerin meslek üzerinde önemli bir etkisi bulunmamaktadır.

- **Müşterinin Gücü**

Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın sayıları her geçen gün azalmaktadır. Benzer şekilde ayakkabılarını tamir ettiren ya da boyatan insanların sayısı da çok azalmıştır ve azalma eğilimdedir. Bu durum meslekteki müşteri rekabetinin yüksek olduğunu göstermektedir.

- **Giriş Engeli**

Mesleğe girişte herhangi bir engel bulunmamakta, hatta ayakkabı boyacıları ve tamircileri yeteri kadar denetlenmediği için ve özellikle boyacılığın kolay yapılabilir bir meslek olduğu düşünüldüğünden mesleğe girişte herhangi bir sıkıntı yaşanmamaktadır. Mesleğe girişin en önemli engeli, azalan müşteri kitlesidir.

175.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar ve Fırsatlar

- Mesleğin geleneksel bir yanının bulunması (lostracılık)

- Meslekteki esnaf ve sanatkarın AVM'lerde ya da büyük kurumların içinde kendine yer bulabilmesi
- Ucuz ayakkabıların yerine kaliteli deri ayakkabıların tercih edilmesiyle mesleğin yeniden canlanacak potansiyel taşıması
- Tamir işinin her zaman bir ustalık gerektirecek olması

Zayıf Yanlar ve Tehditler

- Mesleğin kaybolmaya yüz tutmuş olması
- Ayakkabı boyama işinde usta olmayan kişilerin mesleği yapmaya başlamaları
- Çocuk işçiliğinin yaygın olması

17.5.8. Mesleğe Özgü Sorunlar

Çocuk işçiliği, ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı mesleğinin en önemli sorunlarından biridir. Ayakkabı boyacılığı ülkemizde çocukların veya gençlerin yarı zamanlı veya tam gün olarak yaptıkları bir iş hâline gelmiştir. Çocuklar, ailelerine maddi olarak destek vermek amacıyla okul çıkışlarında veya tatillerinde ayakkabı boyacılığı yapmaktadır. Bu durum hem çocuk haklarına aykırıdır hem de mesleğin kalitesini düşürmektedir.

Mesleğin ikinci önemli sorunu, kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerden olmasıdır. Yaz aylarında giyilen ayakkabıların özelliğinden kaynaklı olarak bu aylarda meslek neredeyse hiç iş yapmamaktadır. Ayrıca, evde pratik ve kolay bir şekilde kullanılabilen boya ve cilalar, talebin azalmasına sebep olmuştur.

Meslekte karşılaşılan bir başka sorun ise, kayıt dışılığın çok yüksek olmasıdır. Hâlihazırda müşteri azlığı ve kâr oranlarının düşüklüğü sebebiyle yeterince denetim yapılmamaktadır. Çocuk işçiliği de kayıtsızlığın bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu meslek, sahipsiz ve kendi akışına bırakılmıştır.

17.5.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Meslekte yaygın olan kayıt dışılık ve çocuk işçiliği sorunları ayrıca, mesleğe olan ilgi ve talebin azalması, mesleğin geleceğiyle ilgili bir tehlikeye işaret etmektedir. Her ne kadar meslekte yaş ortalaması 47 olarak görünse de, meslek ya yaşlı ustalar tarafından ya da kayıt dışı olarak çocuk ve gençler tarafından icra edilmektedir. Bu durum da mesleğin önümüzdeki yıllarda bir ihtiyacı karşılama özelliği ile değil, geleneksel ve kültürel yönü ile ayakta kalacağını göstermektedir.

17.6. Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal Ve Satıcılığı

17.6.1. Mesleğin Tanımları

Cüzdan, çanta, kemer vb. imalatçıları temel olarak şu faaliyetleri gerçekleştirmektedir:

- Model (ıstampa) hazırlamak,

- Modele uygun malzeme ve aksesuar seçmek,
- Deri kesimi yapmak,
- Astar kesimi yapmak,
- İç malzeme kesimi yapmak,
- Gövdeyi hazırlamak,
- Körüğü hazırlamak,
- Tamamlayıcı parçaları hazırlamak,
- Parçaları monte etmek,
- Boya rötuşu yapmak,
- Ürünü ütülemek, paketlemek,
- Cüzdan, kemer, anahtarlık, seyahat grubu vb. ürünlerin imalatını yapmak.

İŞKUR cüzdan çanta, kemer vb. imal satıcılığını, sadece deri aksesuarları teknisyeni olarak tanımlamıştır. Bunun yanında çanta imal ve satıcılığı için 5 farklı tanım daha yapmıştır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir:

- **Deri Aksesuarları Teknisyeni:** İşlenmiş deriden moda uygun deri çanta, kemer, cüzdan vb. aksesuar tasarlayıp üretmek üzere çalışan kişidir.
- **Çanta Satış Elemanı:** Çalıştığı mağazada veya reyonda çeşitli ebat ve boylardaki çanta ve bavulların tanıtım ve satışını yapan kişidir.
- **Çanta Dikim Elemanı:** Çantanın kesim ve dikim öncesi işlemlerini hazırlayarak, dikimini yapabilme bilgi ve becerisine sahip kişidir.
- **Çanta İmalatçısı ve Saraciyeci:** Kendi başına ve belirli bir süre içerisinde, deri, yapay deri, tekstil vb. malzemelerden çanta ve diğer saraciye ürünleri üretme bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.
- **Kösele Çanta İmalatçısı:** Kösele çantanın modelini belirleyerek kalıbını hazırlama, kösele deriyi tıraşlama, kalıp çizme, kesme, kösele çanta yapımında kullanılan süsleme ve birleştirme tekniklerini yapma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Cüzdan, çanta, kemer vb. aksesuarları üretme ve satma işidir.

17.6.2. Mesleğin Tarihçesi

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı, saraciye sektörü altında yer alan mesleklerden biridir ve sektörün tarihi, mesleğin de tarihini göstermektedir.

İnsanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olan saraciye sektörü, insanoğlu tarafından derinin elde edilerek işlenmesi ve günlük hayatta kullanılmasıyla başlamış; özellikle askeriye ve tarım alanlarında yararlanılmak üzere koşum takımları ve eyer imal edilmesi ile gelişmiş;

toplumsal ihtiyaçların artmasıyla beraber insanların özel yaşamlarının birer parçası olan çanta, bavul, kemer vs. gibi önemli malzemeleri üreten bir sektör hâline gelmiştir.¹⁷⁹

MÖ 5. yüzyıldan beri uygulanmakta olan dericilik ile bağlantılı olarak deri giyim, ayakkabı ve saraciye sektörleri birer sanat olmalarının ötesinde, insanlığın ve uygarlığın her alanında vazgeçilmez öğelerin (giyim, kuşam, çadır, at koşum ve ulaşım gereçleri ile ilgili malzemeler, müzik aletleri vs.) birbirine paralel olarak üretimini gerçekleştiren zanaat dalları olmuşlardır. Örneğin, Sümerler ve Mısırlılar gibi eski medeniyetlerde giyecek, çadır ve kamçı yapımında deri ve ürünleri kullanılmıştır.¹⁸⁰

Türklerde ise ham deriyi işleme ve deriden eşya yapma zanaati ve saraçlık mesleği, Orta Asya'da yaşadıkları dönemlerde gelişmiş ve günlük yaşama girmiştir. Hayvancılıkla beraber yaşama biçiminin doğal bir sonucu olarak çok çeşitli alanlarda deriden yararlanılmasından dolayı Türklerin deri ve ürünlerini işlemede oldukça ileri oldukları yapılan araştırmalar ve Orta Asya'da gerçekleştirilen kazılarda ortaya çıkmıştır. Bu dönemde göçebeler için çok büyük önem taşıyan koşum takımları, savaş araçları ve daha başka birçok gündelik eşyanın yapımının dışında; giysi, çizme, başlık, çadır yapımında da deriden oldukça yararlanılmış olduğu yapılan araştırmalarda belirlenmiştir. Türklerin Anadolu'ya göç ederken beraberlerinde getirdikleri bu sanat dalının Anadolu'ya yerleşmeleriyle birlikte, eski çağlardan beri önemli bir dericilik merkezi olan Anadolu'nun yüzyıllar boyunca da dünyanın en kaliteli deri ve deri eşya üretim bölgelerinden biri olması sağlanmıştır.¹⁸¹

17.6.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 2162 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

17.6.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğindeki 2162 iş yerine bakıldığında bunların %77,94'ünün erkeklere; %22,02'sinin ise kadınlara ait olduğu görülmektedir. Bu çalışanların yaş ortalaması ise 40'tır.

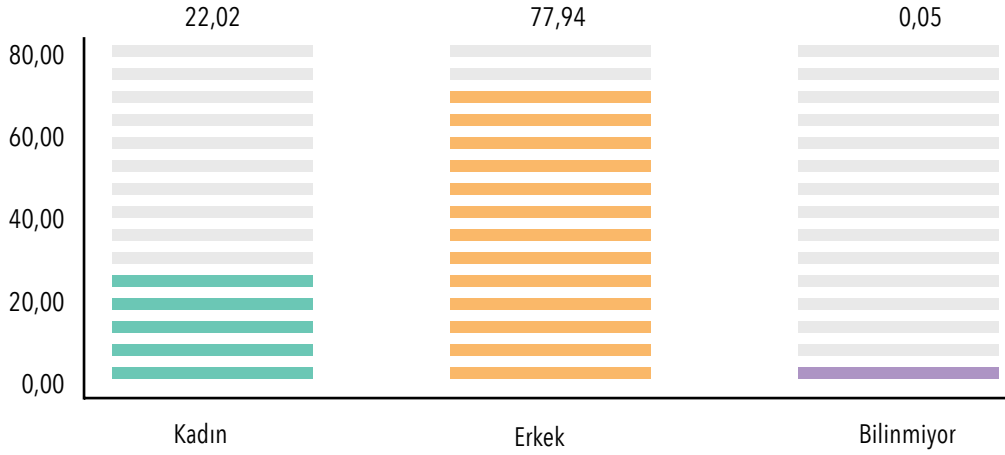
SGK 2015 verilerine göre 2015 yılı itibarıyla cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğinde çalışan sigortalı sayısı 15.294'tür. Türkiye geneli düşünüldüğünde, kayıtlı çalışan sayısının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, sektörde sigortalılık anlamında kayıt dışılığın yüksek olduğunu göstermektedir.

¹⁷⁹ S. Sibel Özman, Saraciye Sektör Araştırması, İstanbul Ticaret Odası, 2000, s.5-6. <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0001534.pdf> (Erişim Tarihi: 4.6.2016)

¹⁸⁰ S. Sibel Özman, Saraciye Sektör Araştırması, İstanbul Ticaret Odası, 2000, s.5-6. <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0001534.pdf> (Erişim Tarihi: 4.6.2016)

¹⁸¹ Sibel Özman, Saraciye Sektör Araştırması, İstanbul Ticaret Odası, 2000, s.6. <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0001534.pdf> (Erişim Tarihi: 4.6.2016)

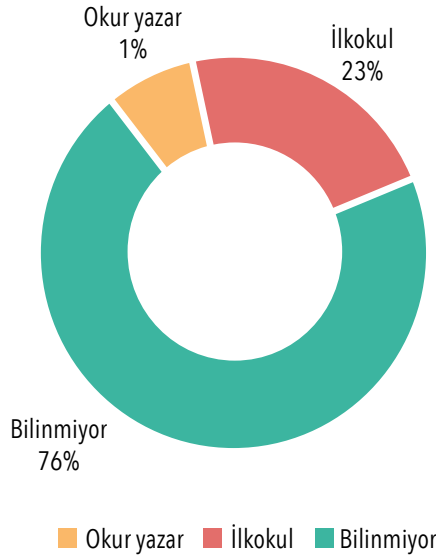
Şekil 64. Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğinde, esnaf ve sanatkârın yaklaşık %23'ü ilkokul mezunu iken, %76'sının eğitim durumlarıyla ilgili bilgi bulunmamaktadır. Bu, tutulan kayıtların ne derece sağlıklı olduğuyla ilgili soru işaretleri yaratırken, kayıtların güncellenmesi ve daha detaylı kayıtlar tutulmasına duyulan ihtiyacı da göstermektedir.

Şekil 65. Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

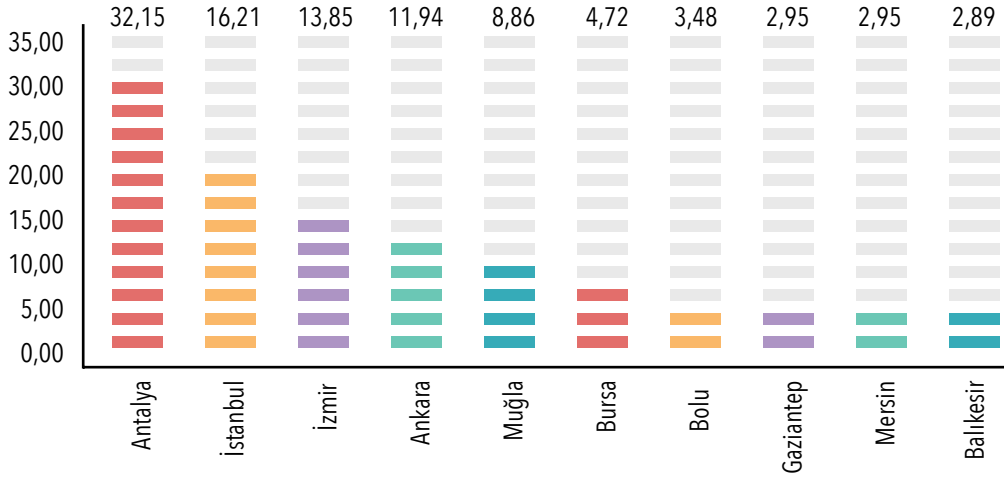


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

17.6.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğindeki 2162 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. En fazla sayıdaki işletme %32,15 oranı ile Antalya'da bulunmakta, Antalya'yı %16,21 oranla İstanbul ve %15,85 oranla İzmir takip etmektedir.

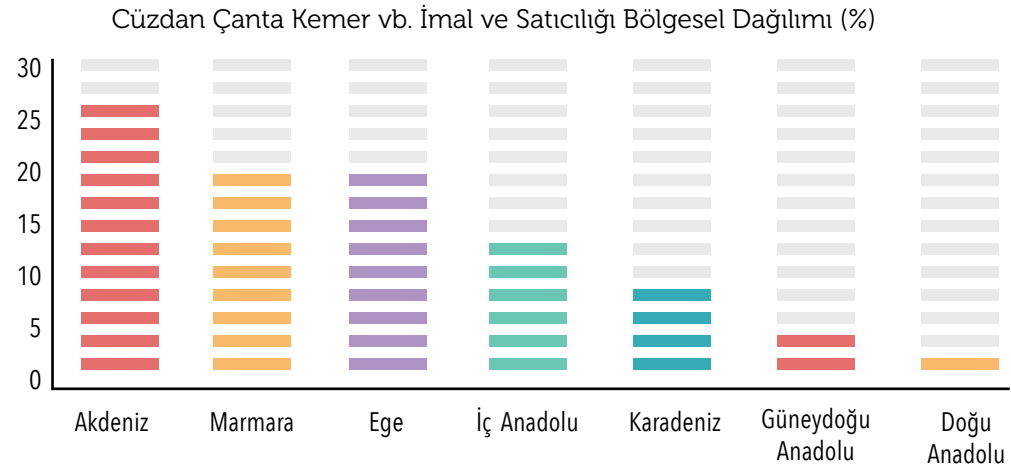
Şekil 66. Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğindeki 2162 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Akdeniz Bölgesi, Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi'dir.

Şekil 67. Cüzdan Çanta Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

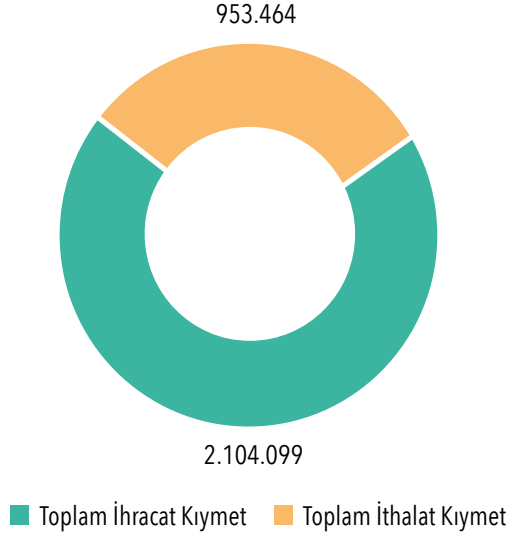


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

176.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr 2015 yılında 953.464 dolar ihracat yapmıştır. Proje kapsamında incelenen meslekler arasındaki payı ise %0,7'dir.

Şekil 68. Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

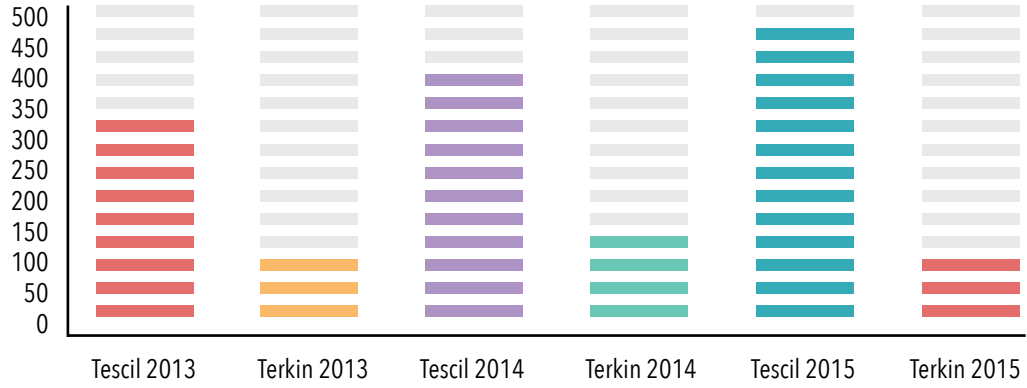


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat yaklaşık 2,1 milyon dolar, toplam ithalat ise 953.464 dolar seviyesindedir.

176.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında bir artış gözlenmektedir. 2013 yılında 354 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 480 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında ise önemli bir değişim yaşanmamıştır. 2014 yılında terkin sayısı 145; 2015 yılında ise 128 terkin işlemi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 69: Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları**Kaynak:** Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

176.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 266.083.735,42 TL; toplam gideri 1.742.093.185,30 TL; toplam kârı 13.643.511,74 TL ve toplam zararı 5.335.718,68 TL'dir.

Tablo 55. Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	1.083.453,25	2.067.464,08	77.472,48	38.478,72
ADYAMAN	2.014.675,53	18.157.959,28	58.392,94	-
AFYONKARAHİSAR	976.324,95	4.567.918,29	129.210,38	12.240,97
AĞRI	433.235,78	4.552.042,77	22.649,33	1.786,04
AKSARAY	222.852,07	19.429,15	11.119,08	8.306,47
AMASYA	465.396,78	113.734,29	41.549,11	7.581,56
ANKARA	6.855.550,47	60.428.341,41	211.261,81	213.051,18
ANTALYA	3.716.468,66	32.529.791,68	208.030,75	12.183,30
ARDAHAN	24.785,81	4.905,71	2.128,43	476,13
ARTVİN	484.129,52	2.362.429,89	29.168,69	19.713,24
AYDIN	12.957.239,26	59.581.242,16	1.277.891,37	219.423,89
BALIKESİR	8.644.549,12	64.432.644,84	930.748,97	80.855,46
BARTIN	1.237.895,48	11.514.314,36	75.186,52	-
BATMAN	1.174.427,11	11.734.195,60	28.756,81	-
BAYBURT	20.000,00	-	2.447,96	-
BİLECİK	40.328,03	35.397,64	2.464,27	22.150,07

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
BİNGÖL	13.750,00	-	2.350,00	-
BİTLİS	104.557,35	5.867,90	3.362,42	-
BOLU	2.899.182,42	28.115.466,61	85.312,97	85.303,26
BURDUR	446.269,40	1.060.334,99	36.050,24	-
BURSA	23.883.704,90	177.624.467,20	1.352.782,93	441.762,78
ÇANAKKALE	4.086.840,76	25.689.599,83	309.582,05	126.549,62
ÇANKIRI	137.344,26	27.663,13	7.178,37	2.350,00
ÇORUM	1.278.441,47	21.824.551,05	106.242,53	92.245,32
DENİZLİ	8.685.542,92	61.154.032,40	721.472,17	10.300,87
DIYARBAKIR	2.261.202,77	20.212.385,37	150.509,65	-
DÜZCE	1.009.978,02	10.175.706,78	34.823,60	23.387,70
EDİRNE	827.625,11	2.713.121,87	55.314,32	5.221,29
ELAZIĞ	638.308,11	5.630.458,86	18.414,91	-
ERZİNCAN	225.897,16	46.009,72	31.200,38	816,05
ERZURUM	3.113.754,56	29.192.514,90	89.626,36	27.530,60
ESKİŞEHİR	475.418,05	4.071.576,67	42.441,37	1.581,72
GAZİANTEP	3.956.684,22	38.178.260,34	201.926,33	2.746,97
GİRESUN	156.501,38	44.868,12	10.094,20	-
GÜMÜŞHANE	15.428,50	4.167,35	2.873,98	-
HAKKÂRİ	329.726,24	21.642,78	36.563,25	-
HATAY	2.014.699,51	14.778.779,81	145.476,35	-
IĞDIR	106.784,31	6.769,50	5.684,71	-
ISPARTA	189.642,46	13.603,18	23.486,60	-
İSTANBUL	33.292.648,63	308.305.477,76	1.011.914,81	888.569,80
İZMİR	28.690.480,10	236.897.193,77	1.254.813,12	377.655,76
K.MARAŞ	1.000.474,77	5.039.906,54	120.846,53	-
KARABÜK	237.367,76	47.075,01	40.734,53	2.174,45
KARAMAN	136.307,62	17.249,80	20.502,72	-
KARS	333.595,23	1.289.653,28	36.338,28	-
KASTAMONU	376.008,09	43.316,05	65.620,80	-
KAYSERİ	1.339.132,78	11.599.835,95	34.044,53	11.419,66
KIRIKKALE	545.195,89	4.779.224,84	19.721,90	35.300,88
KIRKLARELİ	42.205,77	14.047,92	14.955,68	-
KIRŞEHİR	214.573,09	1.412.731,65	83.916,39	-
KİLİS	2.331.472,25	25.904.012,76	68.980,99	1.283,11
KOCAELİ	12.526.146,29	147.953.213,36	341.223,28	1.004.285,02
KONYA	10.547.771,34	90.751.613,42	531.258,09	172.872,16

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KÜTAHYA	301.237,62	33.850,71	26.264,00	-
MALATYA	1.290.602,10	10.486.912,00	60.292,79	5.125,66
MANİSA	9.874.259,38	80.523.115,37	983.519,19	42.682,25
MARDİN	538.826,12	3.715.802,21	22.064,91	23.826,27
MERSİN	14.095.137,44	55.778.955,23	336.886,71	195.576,79
MUĞLA	7.375.392,22	58.222.446,57	516.212,52	220.287,34
MUŞ	851.801,73	8.855.214,04	21.843,29	-
NEVŞEHİR	44.972,00	3.462,79	2.764,75	-
NİĞDE	440.481,00	3.456.043,29	40.219,34	-
ORDU	1.914.735,78	15.761.434,87	231.655,81	4.229,56
OSMANİYE	385.856,31	54.246,53	80.528,40	12.004,71
RİZE	3.027.818,63	21.422.442,01	220.043,27	31.622,48
SAKARYA	1.708.607,75	7.662.216,40	219.896,41	53.789,86
SAMSUN	967.782,09	2.922.805,57	83.442,46	47.613,20
SİİRT	11.450,00	-	2.511,59	-
SİNOP	255.409,86	59.674,89	18.205,90	-
SİVAS	2.370.690,71	9.304.385,99	149.554,94	52.118,62
ŞANLIURFA	1.297.969,62	9.902.088,52	50.861,95	-
ŞIRNAK	8.469,58	440,00	2.157,08	-
TEKİRDAĞ	2.258.435,60	7.024.161,51	225.358,12	66.823,33
TOKAT	1.948.400,37	17.189.743,85	99.304,37	1.299,25
TRABZON	2.599.554,29	19.478.056,13	178.877,06	29.811,17
UŞAK	308.206,90	74.324,81	167.773,50	15.620,56
VAN	1.730.085,92	12.452.873,23	33.450,88	-
YALOVA	577.883,36	2.258.575,19	30.114,42	-
YOZGAT	3.163,00	-	1.476,00	-
ZONGULDAK	3.960.793,04	25.178.373,04	182.904,05	25.698,65

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.6.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

Cüzdan, kemer, çanta vb. imal ve satıcılığı emek yoğun bir sektördür. Ayakkabı imal ve satıcılığında olduğu gibi, bu meslekte de hem 200-300 kişi çalıştıran büyük fabrikalar hem de küçük atölyeler bulunmaktadır. Büyük ayakkabı firmalarının bazıları, benzer iş süreçleri olduğu ve benzer malzemeler kullanıldığı için bu tür saraciye ürünlerini de üretmektedir. Bu sebeple, ayakkabı imal ve satıcılığında kullanılan teknoloji bu meslekte de kullanılmaktadır.

17.6.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Cüzdan, çanta, kemer vb. üretiminin ilişkide olduğu diğer sektörler:

- Ambalaj Sanayi
- Deri Sanayi
- Suni Deri Sanayi
- Etiket Üretimi
- Kimya Sanayi
- Makina Sanayi

Cüzdan, çanta, kemer vb. üretiminin alt sektörleri:

- Fermuar ve Toka Üretimi ve Satışı
- Aksesuar Üretimi
- Tasarım ve Modelciler

17.6.6. Mesleğin Rekabet Analizi

• Firmaların Rekabeti

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğindeki tescil rakamlarına bakıldığında 2013'ten bu yana her geçen yıl tescil sayılarının arttığı görülmektedir. Bu durum sektöre girişin cazibesini ortaya koyarken, firmalar arası rekabetin yüksek olduğunu ve olacağını da göstermektedir.

Saraciye sektöründeki ürün yelpazesinin genişliği ve daha çok el işlemeciliğine dayanması, sektörün küçük ve çok sayıda firmadan oluşmasına neden olmuştur. Bu durum rekabeti artıran bir faktördür. Diğer taraftan iç piyasa açısından da 22.06.2015 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan 2015/7722 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile ithal saraciye ürünlerine %30 oranında ilave gümrük vergisi getirilmesi, yerli firmaların Uzak Doğu'dan gelen ürünler karşısında rekabet gücünü artırmıştır.

Saraciye ürünleri, günlük hayatın her alanında yaygın olarak kullanılan, nihai tüketiciye yönelik ürünlerdir. Aynı zamanda giysinin tamamlayıcı aksesuarı olması nedeniyle, moda eğilimlerinden etkilenmekte ve bu durum tüketimi artırmaktadır.

• İkame Malların Rekabeti

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı için önemli bir ikame mal tehdidi bulunmamaktadır.

• Tedarikçinin Gücü

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığına girdi temin eden işletme yelpazesinin geniş olması, ayrıca Uzak Doğu'dan gelen ucuz ürünlerin varlığı, tedarikçiler karşısında imalatçıların rekabet gücünü yükseltmektedir.

- **Müşterinin Gücü**

Piyasada çok sayıda KOBİ ve esnaf ve sanatkâr bulunmasına karşılık, çok az sayıda büyük firma bulunmaktadır. Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın müşterisi hem doğrudan tüketici, hem de fason üretim yapan büyük firmalardır. Büyük firmaların siparişlerini genellikle tek bir KOBİ veya esnaf ve sanatkâra yaptırmaları müşterinin rekabet gücünün yüksek olduğunu göstermektedir. Doğrudan tüketici için üretim yapan esnaf ve sanatkârın ise pazarlama ağları zayıf olduğundan, yine güçlü bir müşteri rekabeti ile karşılaşmaktadır.

Diğer taraftan esnek bir üretim yapısına sahip olan meslek, butik ve özel üretim de yapabilmektedir. Bu özelliği Uzak Doğu'dan çok büyük miktarlarda sipariş vermeyi tercih etmeyen yabancı yatırımcının, Türkiye üreticilerini seçmesini sağlamaktadır. Son olarak e-alışverişin gelişmesi ve internet üzerinden indirimli fiyatlarla satışların yaygınlaşması bu imkânı olmayan esnaf ve sanatkârın müşteri rekabeti gücünü zayıflatmaktadır.

- **Giriş Engeli**

Sektörde büyüklü küçüklü çok sayıda firma olması, olanların da birçoğunun eksik kapasite çalışması ve düşük kâr marjları, sektöre yeni girecek firmalar için bir giriş engeli niteliği taşımaktadır. Düşük kâr marjlarına ilaveten sektörde ithalatın da yüksek olması ve ithal edilen malların ucuzluğu nedeniyle tüketici tarafından tercih edilmesi, sektöre yeni girecek firmalar için zor rekabet koşulları oluşturmaktadır.

17.6.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar ve Fırsatlar

- Emek yoğun bir sektör olması ve istihdama katkı sağlaması
- Çok modelle çalışması ve butik tarzda üretim yapabiliyor olması sayesinde Uzak Doğu'dan büyük miktarlarda alım yapmayacak firmaların Türkiye'yi tercih etmesi
- Kaliteli üretim yapabilecek kapasiteye sahip olması
- Ürün yelpazesinin genişliği ve daha çok el işlemeciliğine dayalı bir sektör özelliğinde olması
- Moda değişimiyle yakından ilgili olduğu için pazarın kendini yenileme şansı
- El işçiliği ve zanaatkarlığın gelişmiş olması

Zayıf Yanlar ve Tehditler

- Makineleşmenin düşük seviyede kalması
- Yeterli düzeyde kümelenme olmadığı için maliyetlerin yüksek olması
- Deri ürünler için azalan hayvan varlığı ve ham maddede ithalata bağımlı olunması
- Tasarım konusunda yeterli gelişmenin sağlanmamış olması

17.6.8. Mesleğe Özgü Sorunlar

Saraciye sektörü ürünleri arasında çanta, valiz vb. cepte taşınamayacak ürünlerin KDV oranı %8; cüzdan gibi ürünlerin KDV oranı %18'dir. Saracıyeciler deriyi %8 KDV ile alıp bunu ürüne dönüştürdükten sonra satarken, üretimini yaptığı ürünler içerisinde sadece cüzdanda %18 KDV bulunmaktadır. KDV'deki bu farklı uygulama sorunu, uzun yıllardır çözülememiştir. Farklı KDV uygulamaları kaldırılarak tüm ürünlere aynı oranda vergi uygulanmalıdır.

17.6.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Cüzdan, çanta, kemer vb. imal ve satıcılığı, ayakkabı sektörü ile paralellik gösterdiğinden mesleğin gelişme eğilimleri de benzerlik göstermektedir. Ayakkabı, çantası ve kemeri ile birlikte tasarlanmakta ya da birindeki moda trendleri diğerlerinde de oluşmaktadır.

Ayakkabı sektöründe olduğu gibi, bu meslekte de kalite ve tasarım olarak İtalya; düşük üretim maliyetleri olarak Çin önemli rakipler arasındadır. Türkiye üretim kalitesi ve tasarımı geliştirerek İtalya ile rekabet şansı yakalayabilecek bir potansiyel taşımaktadır. Ancak Türkiye'nin üretim maliyetleri ve ithalat değerleri düşünüldüğünde Çin ile rekabet etmesi çok kolay olmayacaktır.

17.7. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma

17.7.1. Mesleğin Tanımları

İşlemeci, nakışçı ve pikocular genel olarak, uygulanacak tekniğe uygun deseni tespit eder; desen ve tekniğe uygun kumaşı seçerek bir kompozisyon hazırlar; tekniğe ve desene göre seçilen ipliklerle motif veya deseni işler; gerekli hâllerde boncuk veya benzeri dekoratif maddeler de kullanırlar. İlik açma işinde ise, üretilmekte olan ürüne ve malzemeye göre ilik açılacak ve düğme takılacak yerleri belirleyerek bu yerlere ilik açma ve düğme takma işlerini yaparlar.

İŞKUR Tanımı: Bu meslek dalı 4 alt meslek dalını içermektedir. İŞKUR işlemecilik ve piko meslekleri için ayrı birer tanımlama yapmamıştır. İşlemecilik tanımını deri işlemeciliği bağlamında, ilik açma mesleğinin tanımını ise ilik düğmeci/ilik düğme otomatçısı bağlamında yapmıştır. Bunun yanında nakışçılık mesleği için farklı bağlamları içeren 7 farklı tanım yapmıştır.

- **Deri İşlemecisi:** Ham deriyi, çeşitli işlemlere tabi tutan ve kullanıma hazır hâle getiren kişidir.
- **İlik Düğmeci/İlik Düğme Otomatçısı:** Konfeksiyon ürünlerin, ilik-düğme makinesi ve yardımcı aparatlarını kullanarak ilik açma, düğme ve çap ağızlarını dikme işlemlerini yapma bilgi becerisine sahip nitelikli kişidir.
- **El ve Makine Nakışçısı:** Kendi başına ve belirli bir süre içerisinde, elde veya makinede, desen ve nakış tekniklerini kullanarak çeşitli zemin üzerine işleme yapma; ara kontrolleri yapma; üretim sürecini takip etme ve sorumluluğu altındaki kişileri koordine ve kontrol etme bilgi becerisine sahip nitelikli kişidir.

- **El ve Makine Nakış Teknisyeni:** İş talimatı doğrultusunda, desen hazırlayabilen, malzemeleri belirleyen, temin eden, elde ya da makinada nakış tekniklerini kullanarak çeşitli zemin üzerine işleme yapma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.
- **El Nakışçısı:** Pamuk ya da ipekten yapılmış, beyaz ya da renkli, kalın ve ince kumaşlar üzerine; ipek, yün, keten, pamuk, metal vb. iplikler kullanarak elde iğne veya tığ ile, düz ve kabarık değişik iğne tekniklerini kullanılarak motif, desen vb. süslemeleri işleyen nitelikli kişidir.
- **Tel Kırma Nakışçısı:** Tel kırma tekniklerine uygun desen araştırıp hazırlayabilme, araç-gereci işleme hazırlayabilme ve tel kırma tekniklerini uygulayabilme bilgi ve becerisine sahip kişidir.
- **Sanayi Nakışçısı:** İş talimatı doğrultusunda desen çizebilen, çizdiği deseni bilgisayarda hazırlayabilen, aplike desenini lazer makinesinde kesen, malzemeleri belirleyen, temin eden, sanayi nakış makinesinde işleyen ve kalite kontrolünü yapıp ürüne dönüştürebilen nitelikli kişidir.
- **Makine Nakışçısı:** Kumaş ve deri üzerine, çeşitli iplik ve kasnaklı veya kasnaksız olarak makinede nakış işleyen nitelikli kişidir.
- **Dikişçiler Nakışçılar:** Bu grup, işlenecek kumaş ucunu, makinelerde takılı bulunan kılavuz kumaşın ucuna diken; makinelerde işlenen kumaşların yırtılan ve kopan uçlarını dikerek birleştiren; makinelerden çıkan kumaş ve bez toplarının dağılmaması için top uçlarını elle diken; çarşaf, şapka, kep, döşeme, yatak, yelken, tente, çadır, torba, palaska, süngülük, tabanca ve mermi kılıfı ve şemsiye gibi başka yerde sınıflandırılmamış mensucat ve kürk eşya, deri giyim eşyası ve eldivenleri elle veya makine ile diken dikişçiler ve nakışçıları kapsayan kişilerdir.

MYK Tanımı: MYK ise bu 4 meslek dalından sadece nakışçılığı tanımlamıştır.

Nakışçı (Seviye 3): Kendi başına ve belirli bir süre içerisinde elde, ev tipi ya da sanayi tipi makinede desen ve nakış tekniklerini kullanarak çeşitli zeminler üzerine nakış işleme, ara kontrolleri yapma, üretim sürecini takip etme ve sorumluluğu altındaki kişileri koordine ve kontrol etme bilgi becerisine sahip nitelikli kişidir.

Projede Kullanılan Tanımlar

İşlemecilik: Şiş, tığ, iğne vb. araçlarla elde örgü, nakış, oya yapma işidir.

Nakışçılık: Genellikle kumaş üzerine renkli iplikler veya sırma ve sim kullanarak elle veya makine ile süsleme işidir.

Piko: Kimi örtülerin veya çamaşırların kenarını makine ile süsleme işidir.

İlik Açma: Giysi, yorgan çarşafı, yastık kılıfı vb.nin gereken yerlerine düğmenin geçirilebilmesi için iplikle örülerek, parça geçirilerek veya biye ile küçük yarık yapma işidir.

177.2. Mesleğin Tarihçesi

İnsanların günlük ihtiyacını karşılamak, giyecek ve kullanılacak eşyaları bezemek arzusuyla doğan işlemecilik ve nakışçılık mesleğinin tarihi çok eskilere dayanmaktadır. İşlemeciliğin tarihi dikiş tarihiyle birlikte başlamaktadır. Anadolu'da yapılan kazılarda bulunan iğneler, neolitik çağdan beri Anadolu'da iğneyle yapılan işlerin varlığını ortaya koymaktadır. Türkler arasında ise, işlemeciliğe Orta Asya'da rastlanmaktadır. İşlemeciliğe, süs eşyalarında, elbise ve döşemelerde kullanılmıştır.

Orta Çağ'da Avrupa'da işleme ve nakışçılığa çoğunlukla manastırlarda ve rahiplerin tören kıyafetlerinde rastlanırken, bunların şehir hayatında kendine yer bulması 14. yüzyılda başlamıştır.

Türkiye'de işleme ve nakışlar, bölgelerin özellikleri ve geleneklerine göre şekillenmiştir. Bu durum oldukça zengin bir motif sermayesinin doğmasına sebep olmuştur.

Türk işlemelerinin en parlak devri, 17. ve 18. yüzyıllara rastlamaktadır. Bu çağda işlemler, kıymetli kumaşlar üzerine bol miktarda altın ve gümüş sim kullanarak ve ipeklerle işlenmiştir. Günümüzde hayat şartlarının değişmesi nedeniyle zor olan bu nakışlar az işlenir olmuş ve eski ince işleme şeklini kaybetmiştir. Eski işlemler renk ve desen karakteri bozulmadan modernize edilerek güzel, zevkli işlemler meydana getirilmektedir.

177.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

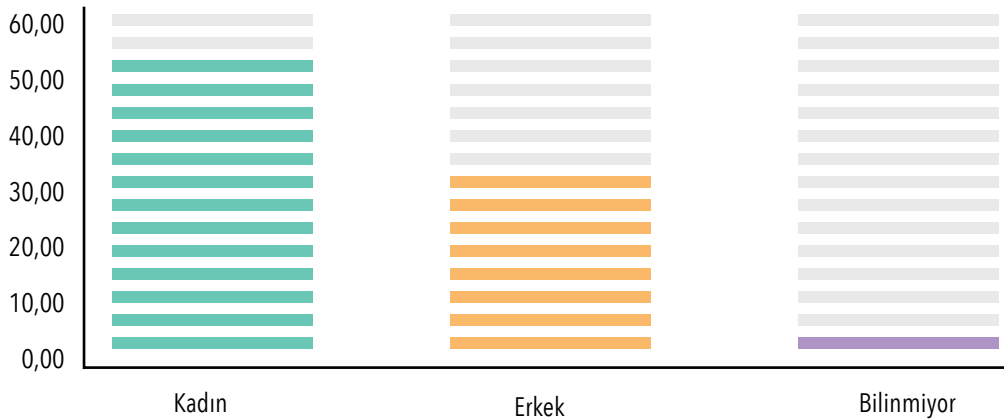
Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, işlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 1701 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

177.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğindeki 1701 iş yerine bakıldığında bunların %58,81'inin kadınlara; %40,96'sının ise erkeklere ait olduğu görülmektedir.

SGK 2015 verilerine göre 2015 yılı itibarıyla işlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde çalışan sigortalı sayısı 2313'tür.

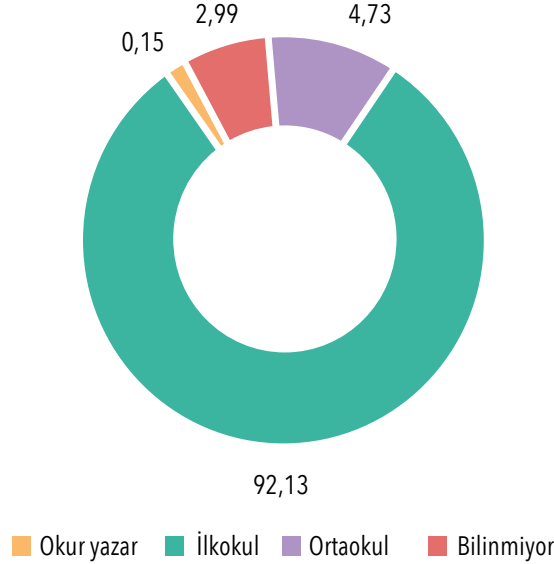
Şekil 70. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumuna bakıldığında, esnaf ve sanatkârın %92,13'ünün ilkokul; %4,73'ünün ise ortaokul mezunu olduğu görülmektedir.

Şekil 71. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

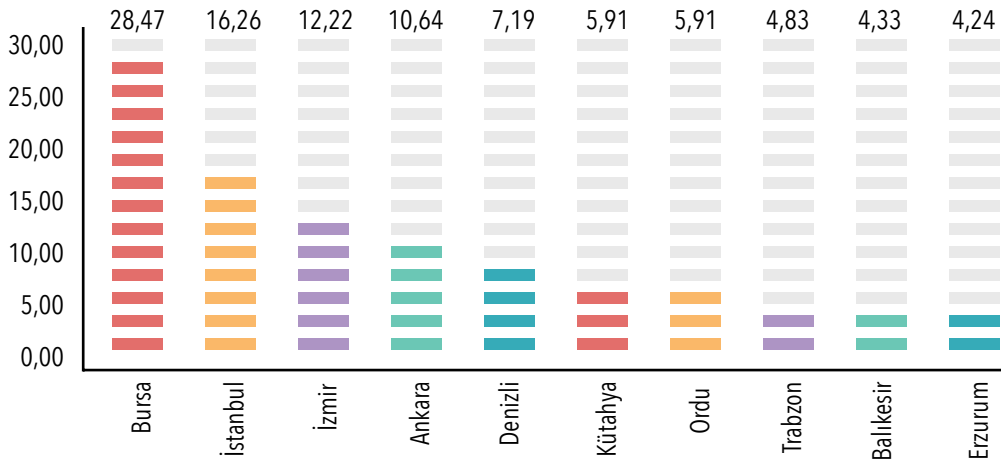


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

17.7.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğindeki 1701 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. En fazla sayıda işletme %28,47 oranı ile Bursa'da bulunmakta; Bursa'yı %16,26 oranla İstanbul ve %12,22 oranla İzmir takip etmektedir.

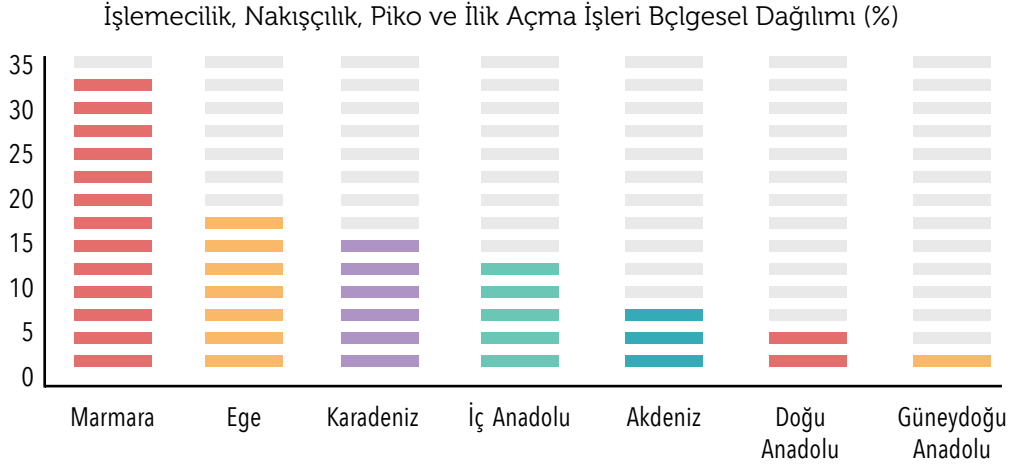
Şekil 72. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğindeki 1701 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Karadeniz Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi'dir.

Şekil 73. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

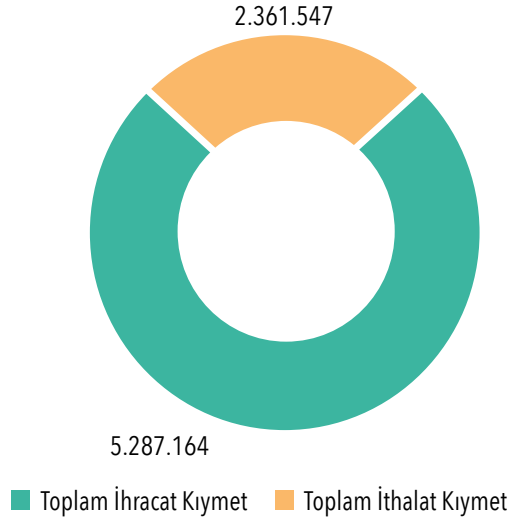


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.7.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr 2015 yılında 2.361.547 dolar ihracat yapmıştır. Proje kapsamında incelenen meslekler arasında ise %1,8 ihracat oranına sahiptir.

Şekil 74. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)



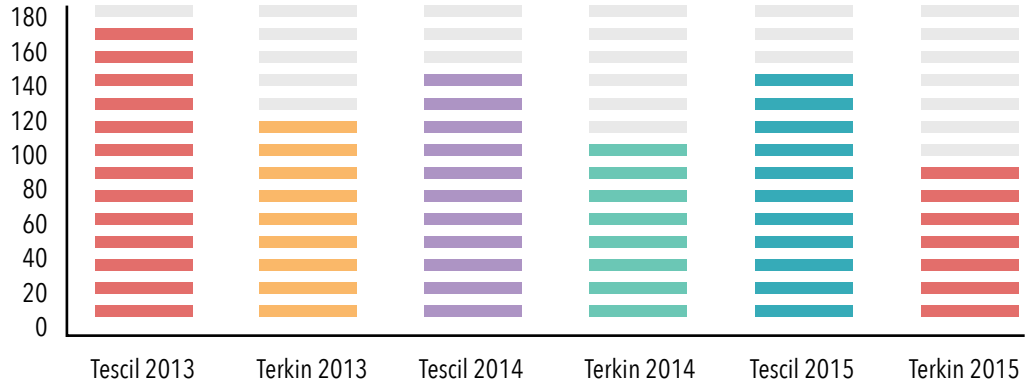
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat yaklaşık 2,3 milyon dolar seviyesinde; toplam ithalat ise 5,2 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

177.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında önemli bir değişiklik gözlenmemektedir. 2013 yılında 180 iş yeri tescil ettirirken, 2015 yılında 157 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında da önemli bir değişiklik gözlenmemektedir. 2014 yılında 113; 2015 yılında 99 terkin işlemi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 75. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

177.3.5. Mesleğin Mali Durumu

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 111.244.913,46 TL; toplam gideri 1.000.551.239,71 TL; toplam kârı 10.595.392,67 TL ve toplam zararı 3.385.875,17 TL'dir.

Tablo 56. İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	1.358.557,00	13.962.828,00	70.863,00	1.884,00
AFYONKARAHİSAR	65.310,00	-	4.225,00	-
AĞRI	2.080,00	1.850,00	3.196,00	-
AKSARAY	45.650,00	2.974,00	4.118,00	-
AMASYA	230.433,00	52.537,00	13.993,00	11.001,00
ANKARA	3.571.846,00	31.605.473,00	292.703,00	180.275,00
ANTALYA	1.048.617,00	4.073.694,00	112.434,00	29.719,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ARTVİN	91.132,00	4.831,00	1.289,00	-
AYDIN	218.348,00	130.842,00	55.334,00	2.908,00
BALIKESİR	861.421,00	7.190.165,00	150.180,00	404,00
BARTIN	30.204,00	3.089,00	9.943,00	-
BATMAN	75.259,00	15.000,00	3.842,00	-
BAYBURT	31.055,00	2.676,00	4.771,00	-
BİLECİK	6.169,00	2.832,00	535,00	2.074,00
BİNGÖL	200,00	-	200,00	-
BITLİS	325.095,00	3.637.748,00	22.462,00	6.161,00
BOLU	865.811,00	8.656.046,00	53.325,00	36.885,00
BURDUR	1.430,00	-	1.430,00	-
BURSA	46.782.452,00	481.073.695,00	2.947.333,00	1.228.243,00
ÇANAKKALE	376.322,00	2.577.122,00	41.587,00	-
ÇANKIRI	12.917,00	10.808,00	1.057,00	5.756,00
ÇORUM	142.688,00	1.540.238,00	14.100,00	11.798,00
DENİZLİ	6.213.029,00	60.221.055,00	568.721,00	36.903,00
DIYARBAKIR	19.100,00	4.476,00	10.800,00	-
DÜZCE	926.704,00	5.563.732,00	83.843,00	-
EDİRNE	6.935,00	-	5.450,00	-
ELAZIĞ	3.034,00	181,00	1.623,00	-
ERZİNCAN	504.507,00	3.631.527,00	32.992,00	514,00
ERZURUM	348.851,00	95.485,00	105.822,00	200,00
ESKİŞEHİR	281.749,00	2.773.500,00	61.004,00	-
GAZİANTEP	2.352.884,00	19.412.496,00	161.183,00	98.655,00
GİRESUN	420.877,00	717.577,00	41.491,00	1.216,00
GÜMÜŞHANE	16.149,00	6.306,00	3.331,00	-
HAKKÂRİ	7.000,00	-	745,00	-
HATAY	385.803,00	38.488,00	78.304,00	4.085,00
ISPARTA	142.440,00	27.014,00	39.627,00	-
İSTANBUL	18.705.339,00	169.856.766,00	1.350.240,00	1.126.743,00
İZMİR	13.458.844,00	125.791.896,00	937.761,00	217.386,00
KAHRAMANMARAŞ	236.650,00	53.550,00	75.935,00	200,00
KARABÜK	37.005,00	11.953,00	10.480,00	-
KARAMAN	854.939,00	8.873.011,00	12.904,00	-
KARS	461.727,00	55.416,00	104.251,00	-
KASTAMONU	73.522,00	7.161,00	18.715,00	-
KAYSERİ	858.112,00	5.289.405,00	47.781,00	41.778,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KIRIKKALE	-	10.523,00	4.092,00	-
KIRKLARELİ	47.764,00	9.238,00	10.760,00	-
KIRŞEHİR	49.083,00	-	19.093,00	-
KİLİS	7.540,00	200,00	3.266,00	-
KOCAELİ	2.885.461,00	32.252.258,00	135.536,00	62.713,00
KONYA	454.596,00	1.534.468,00	43.265,00	4.336,00
KÜTAHYA	654.038,00	340.780,00	101.262,00	96.323,00
MALATYA	192.297,00	70.141,00	35.249,00	18.145,00
MANİSA	471.696,00	3.655.439,00	137.530,00	15.229,00
MARDİN	42.200,00	526,00	4.895,00	-
MERSİN	104.899,00	70.560,00	50.075,00	-
MUĞLA	123.075,00	37.727,00	42.576,00	-
MUŞ	10.001,00	122,00	3.780,00	-
NEVŞEHİR	23.749,00	7.935,00	8.724,00	-
NİĞDE	14.835,00	6.626,00	11.399,00	660,00
ORDU	833.121,00	282.216,00	149.208,00	6.362,00
OSMANİYE	4.259,00	-	538,00	-
RİZE	10.528,00	11.482,00	8.506,00	-
SAKARYA	175.505,00	58.854,00	33.856,00	-
SAMSUN	228.167,00	121.508,00	99.611,00	36.553,00
SİVAS	298.329,00	1.338.984,00	39.728,00	-
ŞANLIURFA	23.521,00	10.264,00	7.826,00	5.320,00
TEKİRDAĞ	144.756,00	90.926,00	40.202,00	21.427,00
TOKAT	38.279,00	25.828,00	22.676,00	-
TRABZON	1.163.771,00	3.383.858,00	1.930.784,00	38.113,00
UŞAK	36.515,00	4.101,00	16.654,00	-
VAN	62.500,00	-	2.500,00	-
YALOVA	332.832,00	166.950,00	18.483,00	34.469,00
YOZGAT	262.148,00	47.361,00	36.581,00	1.438,00
ZONGULDAK	91.253,00	36.921,00	14.817,00	-

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.7.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde genel olarak çeşitli iğne ve iplikler, makas ve basit makineler kullanılmaktadır. Özellikle işleme ve nakışta, iş bölümü yerine, bir işin bir bütün olarak tek bir kişi tarafından yapılması tercih edilmektedir. Çünkü nakış ve işleme hem sanat hem zanaattır ve kişinin kendi el becerisi ve tarzı, diğer mesleklerden

daha önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple, işlemecilik ve nakışçılık mesleğinde teknoloji kullanımından ziyade, yaratıcılık ve hüner daha ön plandadır.

İlik açma ise elle veya ilik otomatı ile yapılmaktadır. Giyim teknolojisindeki ilerlemeyle birlikte, ilik otomatları da gelişmiş; farklı şekillerde ilik açan otomatlar yapılmıştır.

Piko ise örtü ve kumaşların kenarlarına yapılan süslemedir ve bu süsleme işi de hem elle hem de basit makinelerle yapılmaktadır. Piko da bir süsleme işi olduğundan hem sanat hem de zanaattır. Bu sebeple teknolojik gelişmenin yanı sıra, el becerisi ve hüneri de gerekli kılmaktadır.

177.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinin ilişkide olduğu diğer meslekler şunlardır:

- İlikçilik,
- Pikoculuk,
- İşlemecilik (el ile yapılıyorsa),
- Nakışçılık (makine ile yapılıyorsa),
- Taşçılık,
- Desen baskıcılığı,
- Sıcak baskıcılık.

177.6. Mesleğin Rekabet Analizi

• Firmaların Rekabeti

Türkiye genelinde bu meslekte toplam 1701 iş yeri bulunmaktadır ve genel esnaf sayısı düşünüldüğünde oldukça küçük bir sayıya işaret etmektedir. Bu sebeple aynı ürünü üreten firmalar arasında yüksek bir rekabetin olduğu söylenemez.

İşleme ve nakışçılık, kayıtlı olmadan bir şekilde evlerde de yapılmakta ve satılmaktadır. Bu sebeple işleme ve nakışçılık firmaları diğer firmalardan ziyade, evinde nakış yapan kadınlarla rekabet etmektedir.

Piko ve ilik açma işlerini de, hazır giyim firmaları ekseriyetle kendi üretim süreçleri içinde yapmaktadır. Bu sebeple işlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma alanında firmalar arasında rekabet yüksek değildir.

• İkame Malların Rekabeti

İşleme ve nakış bir süsleme sanatıdır ve bu süslemelerin ikamesi daha modern tasarımlardır. Ev tasarımı ve süslemesiyle ilgili moda değiştikçe, işleme ve nakışlar, yerini, başka tür süslemelere bırakma tehlikesini taşımaktadır. Çünkü işleme ve nakışlar daha geleneksel ve otantik bir zevke işaret etmektedir.

- **Tedarikçinin Gücü**

İşleme, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde ihracatın (2,3 milyon dolar) yaklaşık iki katı bir ithalat (5,2 milyon dolar) yapıldığı görülmektedir. Bunun sebebinin, mesleğin ham maddesi olan ürünlerin yurt dışından temin edilmesi olarak değerlendirilmektedir. Bu ürünlerin Uzak Doğu'dan gelen ucuz ürünler olduğu düşünüldüğünde, tedarikçilerin firmalar üzerinde büyük bir etkisi olduğu görülmemektedir.

- **Müşterinin Gücü**

Değişen moda trendleri düşünüldüğünde, işleme ve nakışları tercih eden tüketicilerin günden güne azaldığı gözlemlenmektedir. Bu durum ise müşterinin firmalar üzerindeki gücünü artırmaktadır.

- **Giriş Engeli**

İşlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde fazla sayıda firma bulunmadığı için sektöre giriş kolay görünmektedir. Ancak talep ve kâr oranlarının düşüklüğü, sektöre girişin fazla olmayacağına işaret etmektedir. Tescil ve terkin sayılarının birbirine yakın seyretmesi de sektörde belli sayıda oyuncu/firma olacağını ve fazla artmayacağını göstermektedir.

17.7.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Osmanlı'ya ait türlü motif ve desenlerin olması ve model zenginliği
- Kişiyi özel isteklerin karşılanabilme potansiyeli taşıması
- İşleme ve nakışların sanatsal yönünün olması
- Kültür ve geleneklerle güçlü bağının olması
- Yaratıcılığın ve tasarımın önemli olması
- Gelinlik sektörü ve evlenmelerle ile yakın ilişkide ve bağlantılı olması
- Orijinal desen ve motiflerin üretilebilecek olması

Zayıf Yanlar

- Çalışma saatlerinin uzunluğu
- Çalışma koşullarının zorluğu
- Pazarlama ve tanıtım eksikliği
- Markalaşmanın çok düşük olması

Fırsatlar

- Geleneksel ve otantik ürünlere olan talebin her zaman var olacağı
- Turizm ile iş birliği şansı ve turistik bölgelerde satış imkânı
- Orta Doğu'da Türk kültürüne olan ilginin artması

Tehditler

- Moda trendlerinin değişmesi ve daha modern ürünlere talebin artması
- Evlerde işleme ve nakışların yapılması ve kayıt dışı olarak satılması
- Ham maddede ithalat bağımlılığı

1778. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

İşlemcilik, nakışçılık, piko ve ilik açma mesleğinde özellikle işleme ve nakışçılık, geleneksel meslekler arasında yer aldığından ve kültürün taşıyıcıları olduğundan önemli bir işleve sahiptir. Ancak bu meslekler kurumsal yapılar altında değil, nesilden nesile, usta-çırak ilişkilerine benzer bir şekilde ilerlemektedir. Bu sebeple hem kurumsallaşma hem de markalaşma düşük seviyede kalmaktadır.

178. Deri Giyim İmal, Satıcılığı ve Tamirciliği

178.1. Mesleğin Tanımları

Deri giyim imalatı satıcılığı ve tamirciliği, üretilecek giysiye uygun derinin seçimini yapmak, değişik yaş ve cinsiyetten kişiler için deri giysi kalıbını hazırlamak, deri parçalarını modele göre kesmek ve birleştirmek, ortaya çıkan mamülleri satmak ve satış sonrası gerekli olan tamir işlemlerini yapmak gibi farklı iş süreçlerini içeren bir meslek dalıdır.

Bu meslek dalı da imal, satıcılık ve tamircilik olmak üzere üç unsur içermektedir. Deri giyim satıcılığı ve tamirciliği ile ilgili İŞKUR tarafından yapılmış bir tanımlama bulunmaktadır. Deri giyim imalatçılığı ile ilgili üç tanım vardır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir:

- **Deri İşlemcisi:** Ham deriyi, çeşitli işlemlere tabi tutarak, kullanıma hazır deri hâline getirme işleriyle uğraşan kişidir.
- **Deri Giyim Teknisyeni/Deri Konfeksiyon Teknisyeni:** Teknolojik gelişmelere ve moda uygun olarak, deri giysilerin (manto, ceket, etek vb.) modellerini geliştiren, kalıplarını hazırlayan, gerektiğinde üretimin diğer aşamalarında bulunan ve denetleyen nitelikli kişidir.
- **Deri Giyim Dikişçisi:** Deri giyim eşyası ve eldiven imalinde veya tamirinde deri parçalarını elle birbirine diken kişidir.

Her türlü hayvanın derileri ve kürkleri ile bu derilerden üretilmiş valiz, çanta, sandık, eldiven, kemer, koşum takımları gibi aksesuarlar ile deri ve kürkten imal edilmiş giyim ürünleri ve ayakkabılar bu grupta değerlendirilmektedir. Bu belgede 41-43 arası GTİP fasıl gruplarının bir kısmı ile 64 GTİP fasıl grubunda yer alan ayakkabıların sadece deri olanları bu grupta değerlendirilmektedir.

Tabaklama ve deri işleme, saracıye ürünleri, deri giyim eşyası, kürkten eşya ve ayakkabı sektörüne kadar geniş bir üretim alanında faaliyet gösteren bu sektör, daha çok el emeğine dayanır ve yüksek uzmanlık gerektirir. Sektörde kaliteli ham madde temini büyük önem arz

etmektedir. Özellikle tabaklama ve deri işleme sektöründe ise atık yönetimi, önem arz eden diğer bir konudur.¹⁸²

Projede Kullanılan Tanım: İşlenmiş deriyi, kesip biçip ve şekil vererek giyim için kullanıma hazır hâle getirme, satma ve tamir etme işidir.

17.8.2. Mesleğin Tarihçesi

MÖ 3000 yıllarında ortaya çıkarak büyük bir imparatorluk kuran Hititler, Anadolu deri üretim merkezi olarak kabul edilmektedir. Eski çağlarda alüminyum ile tabaklama sanatının çok gelişkin olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda bitkisel sepi maddeleri de bu dönemde oldukça yaygın olarak kullanılmıştır. Bitkisel tabaklama Anadolu'dan Girit'e oradan da Yunanlılara kadar ulaşmıştır. Bunun bir göstergesi olarak, MÖ 1650 yıllarında Girit Adası'nın güney kıyılarındaki kazılardan çıkartılan bir kap örnek verilebilir. Bu kabın üzerinde yer alan üç prensten her birinin üzerinde, fil derisinden bitkisel tabaklamaya tabi tutulmuş giysiler bulunmuştur. Ayrıca, eski Yunan eserlerinde, İyonluların oldukça kaliteli sağlam deriler yaptıklarından söz edilmektedir. Bu dönemlerde deri giysi ve sandaletlerin toplum hayatında çok önemli bir yere sahip olduğunun bir kanıtı da MÖ 2800 yılına ait bir mezarda yapılan kazılarda deri parçaları bulunmasıdır.

Yapılan çalışmalar ve incelenen tarihsel belgeler ışında, özellikle Şanlıurfa, Diyarbakır ve Van illerinin bulunduğu bölgelerde eski çağlarda çok ileri bir dericilik olduğu anlaşılmaktadır. Bu toprakları bünyesinde bulunduran Selçuklular ve Osmanlılar da deri sektörüne önemli katkılarda bulunmuşlardır. Fatih Sultan Mehmet 1463 yılında Saraçhane-i Kebir adıyla bir İstanbul saraçhanesi yaptırmıştır. Çıkardığı fermanla da başka yerlerde çalışan saraçlar buraya getirilmiş, yalnızca bu bölgede üretimin ve ticaretin yapılacağı bildirilmiştir. Anlaşılabacağı üzere bugünlere kadar gelen dericilik geleneği Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u almasıyla başlamıştır. Fetih sonrasında Kazlıçeşme'de 33 salhane ve 360 tabakhaneden oluşan bir bölge kurulmuştur.

Türkiye'de dericilik Osmanlı İmparatorluğu'nun yükseliş döneminde çok gelişmiş; 16. ve 17. yüzyıllarda en parlak devrini yaşamıştır. Savaş gereçlerinin büyük bir kısmı, savaş elbiseleri, deri hurçlar, çok sayıda kitap cildi, ordunun ayakkabı üretimi deriden yapılmıştır. 18. yüzyılda Avrupa pazarları işlenmiş Türk derilerini tercih eder olmuştur. Fransa ve İngiltere'den deri işleme sanatını öğrenmek üzere bazı kimselerin Türkiye'ye geldiği bilinmektedir. 18. yüzyılda hızla gelişen Türk dericiliği Avrupa pazarlarında büyük ilgi görmesine karşın teknolojiye ayak uyduramadığından bu durumunu koruyamamıştır.

Türk deri sanayisi çok eski ve köklü yapıya sahip olmasına rağmen Cumhuriyet'in ilk yıllarında babadan oğula geçen ve lonca karakterini muhafaza eden bir iş kolu olarak varlığını devam ettirmiştir. 1924 tarihinde İzmir İktisat Kongresinde deri sektörü, tekstil gibi önemli bir sanayi kolu olarak kabul edilmiştir. 1960'lı yıllarda dışa açılma hazırlıkları başlamıştır. 1975'te ilk ihracatlar Avrupa'ya, özellikle Almanya'ya gerçekleştirilmiştir. Dış ticaretteki liberal politikaların uygulamaya konulmasıyla sektör gelişmeye başlamış ve özellikle

¹⁸² Bilim Sanayi ve Teknoloji, "Bakanlığı Türkiye Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2015-2018", s.11.

Sovyetler Birliği'nin dağılması ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan sistem değişiklikleri sonucunda bu bölgelerle olan ticaret artmıştır. Özellikle bavul yoluyla yapılan bu ticarete "bavul ticareti" denilmiş; bahsi geçen ülkelerin deri ürünlerine olan taleplerinin büyük bir kısmı karşılanmış ve Türkiye'ye net döviz girdisi sağlayan önemli sanayi kollarından biri hâline gelmiştir. Bu süreç aynı zamanda deri üretiminin tüm Anadolu'ya yayılmasını sağlamış; deri sektörü yurt dışına teknoloji ihraç edebilecek düzeye erişmiştir.

1980-1985 yılları arasında deri üretim merkezi olan Avrupa'nın çeşitli nedenlerle deri sektörünü az gelişmiş ülkelere kaydırması, Türkiye'de deri sanayinin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. 1980 sonrasında ithal ikamesi modelinden ihracata yönelik modele geçen Türkiye'de ihraç ağırlıklı bir sektör olan deri sanayi hızla ilerlemeye ve dış ticaret içinde pay sahibi olmaya başlamıştır. Özellikle çevreye etkisi nedeniyle deri üretimleri, organize sanayi bölgelerine taşınmıştır. 1991'de Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla tüketim mallarına ihtiyacın had safhaya çıktığı dönem, sektörün en hızlı büyüdüğü dönem olmuştur. Bu noktada, daha önceki tecrübeler ve sektörün esnek yapısı Türkiye'yi deri işleme ve giyim sektöründe dünya birincisi yapmıştır.

Sektörün hızlı bir şekilde gelişmesi 1997 yılı sonlarına kadar sürmüştür. 1997 yılı sonlarında Uzak Doğu ülkelerinde başlayan ve dünyayı kısa sürede etkileyen krizin yanı sıra ihracattaki en büyük pazarı olan Rusya Federasyonu'nda 1998 yılında yaşanan ekonomik kriz de sektörü olumsuz yönde etkilemiştir. Rusya pazarının etkisiyle kürklük deriye artan talep, dünya fiyatlarının artmasına paralel olarak kalitenin bozulmasına da yol açmış; bu durum Türkiye'deki üreticilerin ürün kalitelerini olumsuz etkilemiştir. Bu dönemde ortaya çıkan ve sektörü ilgilendiren bazı sorunlar aşağıda yer almaktadır:

- Rusya'nın yüksek talebinden kaynaklanan hızlı ve plansız büyüme ile yatırım harcamalarının artması, döner sermaye olanaklarının azalması,
- Rusya'daki bu büyük talebin, sektörü tamamen bu pazara yöneltmesi; yılların emeğiyle kazanılan Avrupa ve diğer pazarların ihmal edilmesi,
- Yeni girişimcilerle birlikte sanayici profilinde nitelik kaybı yaşanması.

Tek pazara bağımlı hâle gelen ve aşırı yatırım yapan Türkiye deri sanayicisi Ağustos 1998'de Rusya'da meydana gelen ekonomik krizi çok yakından hissetmiştir. Krizin sezon başına rastlaması nedeniyle yüksek fiyatlardan alınan ve ihracat geliriyle geri ödemesi düşünülen borçlar ödenemez konuma gelmiş ve deri sektörü ağır bir krizin içine düşmüştür.

17.8.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Türk deri işleme sanayi ilerlemiş teknolojik altyapısı, çevreye duyarlı bir üretim anlayışıyla dünyanın sayılı kapasiteleri arasında yer almaktadır. Deri işleme sanayi, deri organize sanayi bölgelerinde yoğunlaşmış olup Türkiye'de toplam 13 adet deri organize sanayi bölgesi bulunmaktadır. Üretim ağırlıklı olarak Marmara ve Ege Bölgesi'nde yoğunlaşmıştır. Türkiye'de deri işleme çok eski bir geleneği temsil ettiğinden, arkasında ciddi bir tecrübeyi de barındırmaktadır. Bu tecrübe ve gelenek Türkiye'nin deri üretiminde önemli ülkeler arasında sayılmasını sağlamaktadır.

Türk deri sektörü üretimi; altyapısı, teknolojisi ve ihracata yönelik performansı dikkate alındığında belirli bir rekabet gücüne sahiptir. Ancak deri sektörünün temel girdisi olan ham derinin ülke içi üretiminin yeterli ve standart olmaması nedeniyle, ham ve yarı işlenmiş deri talebi ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Ham madde ihtiyacının büyük kısmını ithalat yoluyla karşılayan ve bunu katma değeri yüksek ürünler hâline getirerek büyük bir kısmını bavul ticaretiyle Kuzey ülkelerine ihraç eden deri sanayi, bu ticaretin giderek azalması ile kayıtlı ihracata ağırlık vermeye başlamıştır. Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 464 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

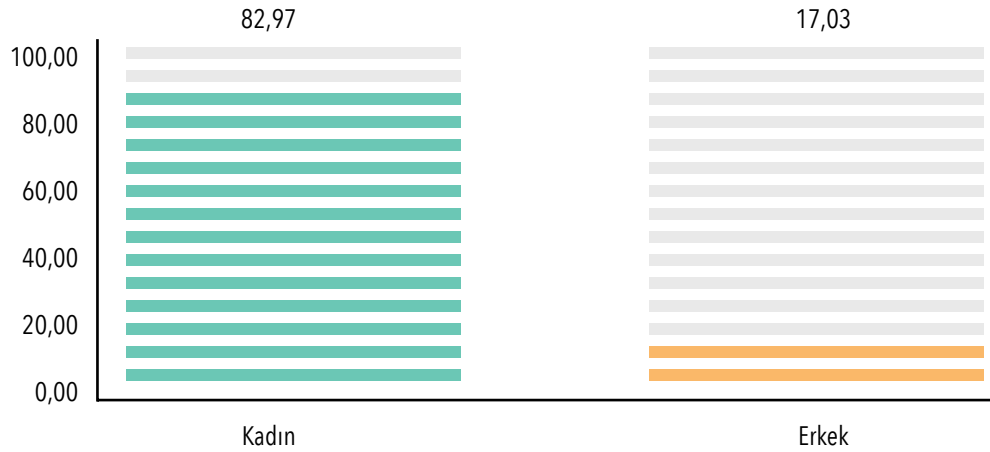
17.8.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Deri işleme sanayi emek yoğun bir sanayi koludur. Bu alanda 3-4 kişi çalıştıran küçük işletmeler olduğu gibi, 150-200 kişi çalıştıran işletmeler de bulunmaktadır.

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğindeki 464 iş yerine bakıldığında bunların %82,97'sinin erkeklere; %17,03'ünün ise kadınlara ait olduğu görülmektedir. Bu çalışanların yaş ortalaması 45'tir.

SGK 2015 verilerine göre 2015 yılı itibarıyla deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinde çalışan sigortalı sayısı 978'dir.

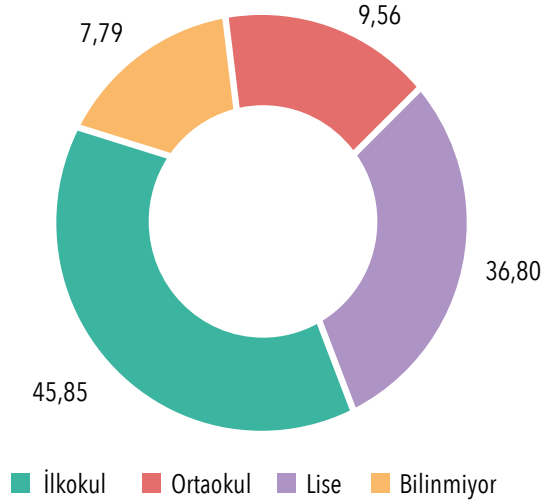
Şekil 76. Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumuna bakıldığında, esnaf ve sanatkârın yaklaşık %46'sının ilkokul; %37'sinin lise; %9'unun ise ortaokul mezunu olduğu görülmektedir.

Şekil 77. Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr Eğitim Durumu

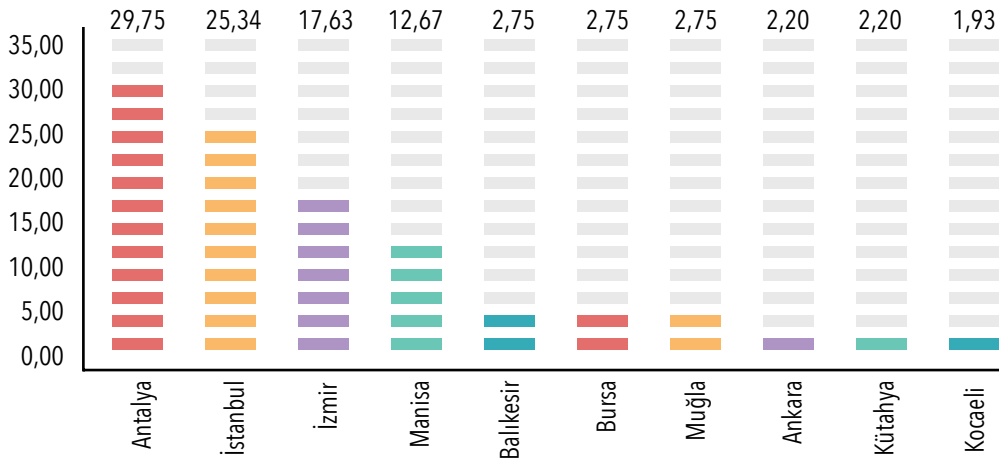


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

178.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğindeki 464 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. En fazla sayıdaki işletme %29,75 oran ile Antalya'da bulunmakta; Antalya'yı %25,34 oranla İstanbul ve %17,63 oranla İzmir takip etmektedir.

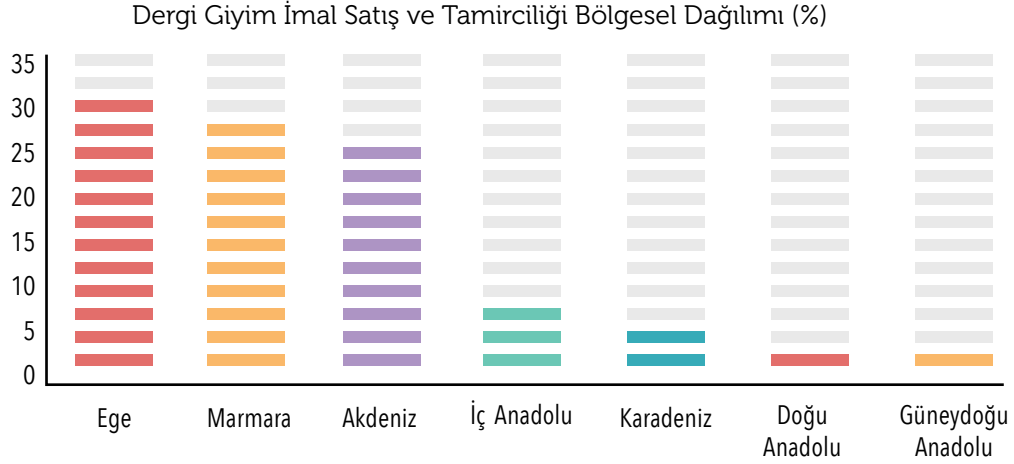
Şekil 78. Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğindeki 646 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Ege Bölgesi, Marmara Bölgesi, Akdeniz Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi'dir.

Şekil 79. Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

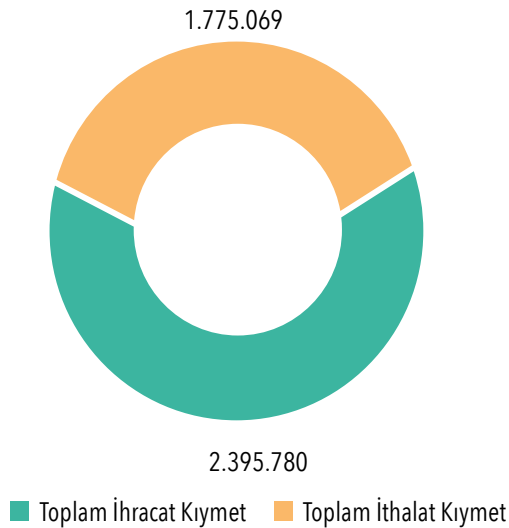


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.8.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr, 2015 yılında 2.395.780 dolar ihracat yapmıştır. Proje kapsamında incelenen meslekler arasındaki payı %1,8'dir.

Şekil 80. Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)



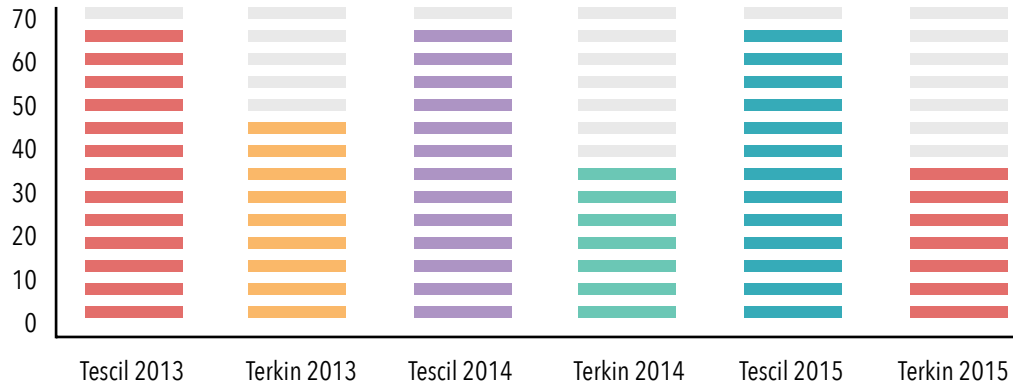
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinde faaliyet gösteren faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat, yaklaşık 2,4 milyon dolar seviyesinde, toplam ithalat ise 1,7 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

17.8.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında bir artış gözlenmektedir. 2013, 2014 ve 2015 yıllarında 66 iş yeri tescil ettirilirken; 2013 yılında 45; 2015 yılında ise 38 iş yeri terkin işlemi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 81. Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.8.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 92.665.626,62 TL; toplam gideri 774.265.156,06 TL; toplam kârı 4.649.852,79 TL ve toplam zararı 2.071.758,45 TL'dir.

Tablo 57. Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	170.515,00	12.579,00	10.667,00	-
AFYONKARAHİSAR	19.189,00	1.720,00	8.589,00	-
AKSARAY	1.169.060,00	18.596.627,00	11.450,00	-
AMASYA	17.111,00	41.016,00	1.876,00	-
ANKARA	519.324,00	3.009.862,00	63.141,00	3.383,00
ANTALYA	17.422.620,00	153.337.040,00	943.361,00	697.276,00
AYDIN	310.060,00	2.060.738,00	19.414,00	-
BALIKESİR	184.522,00	41.107,00	37.665,00	3.802,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
BATMAN	205.414,00	28.209,00	18.760,00	-
BİLECİK	-	-	-	-
BURSA	746.829,00	6.629.004,00	31.106,00	21.863,00
ÇANAKKALE	342.255,00	95.512,00	54.990,00	-
DENİZLİ	240.777,00	56.279,00	8.013,00	-
DÜZCE	33.941,00	18.985,00	10.572,00	-
EDİRNE	171.499,00	36.351,00	8.618,00	844,00
ERZURUM	-	3.130,00	2.600,00	-
ESKİŞEHİR	44.661,00	7.998,00	23.289,00	387,00
GİRESUN	-	7.800,00	1.950,00	-
HAKKÂRİ	-	1.147,00	-	1.147,00
HATAY	32.970,00	34.098,00	11.027,00	-
ISPARTA	149.384,00	28.003,00	15.796,00	-
İSTANBUL	19.020.600,00	129.368.947,00	1.192.659,00	903.521,00
İZMİR	20.676.584,00	222.297.754,00	1.172.215,00	315.177,00
KARAMAN	16.800,00	5.501,00	2.394,00	-
KARS	391,00	-	3.000,00	-
KASTAMONU	41.608,00	10.071,00	7.427,00	-
KAYSERİ	47.113,00	2.776,00	4.061,00	-
KIRIKKALE	8.626,00	244,00	540,00	-
KIRKLARELİ	1.920,00	985,00	936,00	-
KOCAELİ	685.024,00	5.892.334,00	136.631,00	5.783,00
KONYA	32.400,00	5.655,00	8.957,00	-
KÜTAHYA	123.886,00	9.810,00	26.525,00	-
MANİSA	18.213.088,00	199.845.961,00	551.812,00	-
MERSİN	8.167.204,00	3.012.631,00	24.572,00	1.314,00
MUĞLA	1.571.308,00	16.128.701,00	85.501,00	35.536,00
MUŞ	740.420,00	8.701.667,00	14.240,00	-
NİĞDE	-	50,00	1.100,00	50,00
ORDU	412.500,00	4.588.828,00	18.902,00	-
SAKARYA	184.783,00	112.758,00	8.670,00	8.725,00
SAMSUN	277.536,00	68.689,00	9.103,00	-
SIİRT	110.069,00	409,00	7.491,00	-
SİNOP	-	63.299,00	4.793,00	62.107,00
SİVAS	45.789,00	9.060,00	31.950,00	-
ŞANLIURFA	-	-	3.600,00	-
TEKİRDAĞ	66.636,00	15.588,00	17.369,00	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
TRABZON	112.605,00	10.870,00	25.090,00	-
UŞAK	65.861,00	20.086,00	7.142,00	-
VAN	290,00	-	290,00	-
ZONGULDAK	262.453,00	45.276,00	-	10.844,00

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.8.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

Emek yoğun bir sanayi olan deri ve deri mamulleri sektöründe, emek maliyetlerinin yüksekliliği ve çevre kirliliği gibi nedenlerin yanında, kaynaklarını daha yüksek gelir sağlayan teknoloji ve bilgi yoğun sektörlerle tahsis eden gelişmiş ülkeler, lider oldukları bu sektörü 1980'li yıllarda terk etmeye başlamışlardır. Ham deri işlemeciliği az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru kaymıştır. Bu dönemde Uzak Doğu'da Çin, Vietnam, Endonezya gibi ülkeler önemli üretim merkezi hâline gelmiştir.

Türk deri sanayi yeterli alt yapı ve teknolojiye sahiptir; ancak deri sektörünün temel girdisi olan ham derinin ülke içi üretiminin yeterli olmaması nedeniyle, ham ve yarı işlenmiş deri talebi ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Deri işleme sanayisinin ana girdisi ham deri olmakla birlikte, özellikle büyükbaş deri işlemek için çeşitli makine ithali de yapılmaktadır. Bunun dışında diğer deri mamullerinin de, iç piyasada var olan üretimine rağmen ithalatı yapılmaktadır.

Deri ürünleri sektörü, Türkiye'nin en köklü geçmişine sahip sektörlerinden biridir. Türklere özgü bir deri yapım yöntemi olan "sahtıyan", dünyaca kabul görmüş ve İngilizce literatüre "Turkish Leather" olarak girmiştir. Türkiye bugün, özellikle küçükbaş deri işleme bakımından dünyada önemli üreticiler arasında yer almaktadır. Daha çok deri organize sanayi bölgelerinde faaliyetlerini sürdüren sektörün en önemli özelliklerinden biri Avrupa standartlarında, çevreye duyarlı ve modern üretim gerçekleştirmesidir. Bu durum uluslararası pazarlarda sektöre imaj kazandırmaktadır. Türk deri ürünleri küresel pazarda kaliteli ve uygun fiyatlı ürünler olarak tanınmaktadır. Deri işleme işi özel bir uzmanlık ve yatırım gerektirdiğinden sektörde rekabet etmenin yolu kurumsal olmaktan geçmektedir.¹⁸³

Makineleşme yüksek seviyede olsa da sektörde kullanılan makineler ithal edilmektedir. Türkiye makina yatırımlarında da dışa bağımlı durumdadır. Dışa bağımlılık durumu, satış sonrası hizmetlerin sağlıklı bir şekilde alınamamasına sebep olmaktadır.

17.8.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinin alt sektörleri şunlardır:

- Tabaklama
- Deri İşleme

¹⁸³ Türkiye Tekstil, Hazırgiyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2015-2018, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, s.16.

- Saraciye
- Kürkten eşya ve ayakkabı imal ve satıcılığı

Deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinin ilişkide olduğu sektörler şunlardır:

- Hayvancılık
- Aksesuar üretimi
- Kimya sanayi ve deri kimyasalları

Deri sanayisinin, ham maddesi, hayvandan elde edilen ham deridir. Kasaplık; bir hayvanın kesimi sonucu, değerinin %70'ini et, %20'ni sakatat, %10'luk kısmını da deri oluşturmaktadır. Canlı hayvan kesiminin temeli etinden faydalanılmasıdır. Yan ürün olarak da deri üretimi gerçekleşmektedir. Görülüyor ki ham deri, hayvan değerinin çok küçük bir oranını teşkil etmesine rağmen önemli bir ham madde olarak deri sektörünün temel girdisini sağlamaktadır. Deri ve tekstil endüstrileri ham madde üretirken, giyim ve ayakkabı endüstrileri tüketim malları üretmektedirler.¹⁸⁴

Deri işleme alt sektöründe ham maddeler içine ham postlar ve deriler girer. Ayakkabı yüzölçümleri, ayakkabı tabanlı derileri, giysilik deriler, saraciyelik deriler ve kürkleri de deri işleme sektörünün mamul maddelerini oluşturur.¹⁸⁵

17.8.6. Mesleğin Rekabet Analizi

• Firmalar Arası Rekabet

Sosyal Güvenlik Kurumu'nun 2014 yılı için açıkladığı verilere göre, deri ve deri mamulleri sektöründe irili ufaklı 6.767 adet firma bulunmaktadır ve 64.533 çalışan istihdam edilmektedir.¹⁸⁶ Bunlar arasında sadece 500 civarı esnaf ve sanatkâra aittir. Çalışanlar arasında ise sadece 978'i esnaf ve sanatkârlara ait işletmelerde çalışmaktadır.

• İkame Malların Rekabeti

Deri ürünlerinin ikamesini suni deri ve plastik ürünler oluşturmaktadır. Suni deri özellikle fiyat avantajından kaynaklı olarak oldukça yaygın bir şekilde kullanılmakta ve birçok sektörde tercih edilmektedir. Özellikle ham deride ithalat bağımlılığı ve bu piyasada karşılaşılan olumsuzluklar ve krizler, suni deri piyasasını canlı tutmakta ve talebin her geçen gün artmasına sebep olmaktadır.

• Tedarikçilerin Gücü

Gelişmiş ülkeler özellikle 1980'lerden sonra çevre faktöründen dolayı deri işleme sektöründen çekilmiş, ham deri işlemeciliği az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru kaymıştır. Türkiye'de deri işlemeciliğinin altyapısı ve teknoloji düzeyi dikkate alındığında, bir rekabet potansiyeli olmakla birlikte; sektörün temel girdisi olan ham derinin ülke içindeki

¹⁸⁴ Türkiye Kalkınma Bankası, "Deri ve Deri İşleme Sanayi Sektörü", 2004, s. 5-6.

¹⁸⁵ Türkiye Kalkınma Bankası, "Deri ve Deri İşleme Sanayi Sektörü", 2004, s. 16.

¹⁸⁶ Ekonomi Bakanlığı, "Deri ve Deri Mamülleri Sektörü Raporu", 2016.

üretimi yeterli olmadığından ve kesim kalitesi düşük olduğundan sektörün ihtiyacı, ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Üretimin, ithalata bağımlı olması tedarikçilerin gücü artırmaktadır.

- **Müşterinin Gücü**

Deri imal ve satıcılığının Türkiye’de köklü ve gelişmiş bir sektör olmasına rağmen, özellikle ikame malların yani suni deri ürünlerinin gelişmesi ve bu ürünlerin fiyat avantajı, müşterinin rekabet gücünü artırmaktadır.

- **Giriş Engeli**

Deri imal, satıcılığı ve tamirciliği mesleğinde Türkiye’de yaklaşık 500 esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Genel sektör düşünüldüğünde bu oldukça küçük bir orana tekabül etmektedir. Sektörün büyük bir bölümünü KOBİ’ler oluşturmaktadır.

Sektöre girişteki zorluklardan biri çevrenin korunması ile ilgili ek şartların bulunması, izin ve lisansların alınması zorunluluğudur.

17.8.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Coğrafi konumunun avantajlara, önemli pazarlara yakınlığı
- Hem işlenmiş hem de ham derinin çok kaliteli olması
- Gelişmiş yan sanayi
- Doğal kümelenme
- Modaya uyum kapasitesinin yüksek olması
- Ayakkabı gibi katma değeri yüksek ürünlerin ham maddesi olması
- Güçlü iç pazar
- Çok eskiye dayandığından, önemli bir tecrübeye sahip olunması
- Organize sanayi bölgelerinin gelişmiş teknolojik yapısı

Zayıf Yanlar

- Doğal kümelenme olmasına rağmen kümelerin gelişmiş bölgelerde sıkışması
- AR-GE faaliyetlerinin yetersiz olması
- Düşük kârlılık oranları
- Finansmana erişim zorlukları
- Enerji maliyetlerinin yüksekliği
- İthalata bağımlılık
- Atıl kapasite
- Deri konfeksiyonunda sınırlı işletme sermayesi ve finansman zorlukları

Fırsatlar

- Türkiye'nin dünyada deri deposu olarak bilinmesi
- Coğrafi konum ve pazarlara yakınlık
- Kimya sanayisinin gelişme potansiyeli
- Gelişmiş ülkelerin deri üretimini terk etmesi

Tehditler

- Azalan hayvan varlığı
- Hayvancılığın önemini yitirmesi
- İthal yapılan ülkelerde yaşanan krizler
- Çevresel sorunlar
- Deri konfeksiyonu fiyatlarının yüksekliği sebebiyle tüketicinin suni deri ürünleri tercih etmesi

17.8.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları

Proje kapsamındaki mesleklerle ilgili hem kamu kurum ve kuruluşları hem de meslek kuruluşları raporun ilgili bölümünde yer almaktadır. Bunun dışında deri giyim imalatı, satıcılığı ve tamirciliği mesleği ile ilgili kurum ve kuruluşlar aşağıda listelenmiştir:

- İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği
- Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği
- Türkiye Deri Sanayicileri Derneği
- Türkiye Deri Vakfı
- Gerede Deri Organize Sanayicileri Derneği
- Ege Deri Sanayicileri Derneği
- Türkiye Deri Sanayi İşverenleri Sendikası
- Deri Teknisyenleri ve Kimyacıları Dernekleri
- Ege Deri ve Deri Mamülleri İhracatçıları Birliği
- Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
- Deri Teknologları Teknisyenleri ve Kimyacıları Derneği
- İstanbul Deri Organize Sanayi Bölgesi Derneği
- Uşak Deri Karma Organize Sanayi Bölgesi Derneği
- Gerede Deri Organize Sanayicileri Derneği
- Bursa İhtisas Deri Organize Sanayi Bölgesi Derneği

17.8.9. Mesleğe Özgü Sorunlar

Türkiye’de kesilen hayvan sayısının yetersiz olması, derinin kullanımı açısından kesimin istenen kalitede olmaması, kaçak et kesimi ve kesilen hayvanların derilerinin faturalandırılmaması sektörü ham madde açısından sıkıntıya sokmaktadır.¹⁸⁷

Türkiye, bir tarım ve hayvancılık ülkesi olmasına rağmen, hem miktar hem de kalite olarak deri konfeksiyon sektörüne ham madde üretmesi açısından yetersiz bulunmaktadır. Ayrıca, deri kalitesi açısından da yeterlilik söz konusu değildir. Çünkü hayvanların beslenme koşulları da yetersizdir. Kaliteli yemlerin pahalı olması kullanımını azaltmaktadır.

Sektörün ithalata bağımlı olması da sektörün üretimini etkilemektedir. Mesela ham madde ihtiyacının büyük bölümünün karşılandığı Avusturalya ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde yaşanan kuraklık, ham madde fiyatlarında büyük dalgalanmalara yol açmıştır.

17.8.10. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Deri imal ve satıcılığı Türkiye’nin köklü sektörlerinden biridir ve öyle kalmaya devam edecek gibi görünmektedir. Türkiye’nin deri deposu olarak bilinmesine rağmen, deri kalitesinin düşüklüğü, deri konfeksiyonu sektörünü de olumsuz yönde etkilemektedir ve bu durum Türkiye’nin deri ham maddesinde ithalat bağımlı olduğu ve hayvan sayısı ve hayvan kalitesi artmadıkça böyle kalacağı anlamına gelmektedir.

Avrupa ülkelerinin çevre faktörlerinden dolayı genel olarak bu sektörü terketmesi ve üretimin az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru kayması, her ne kadar Türkiye için bir avantaj gibi görünse de; Türkiye vatandaşlarının da temiz bir çevrede yaşama hakkı vardır ve Türkiye bu avantajı kullanarak üretimini artıracak ve geliştirecek ise her türlü çevre önleminin alınmasına da özen göstermelidir.

17.9. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı

17.9.1. Mesleğin Tanımları

Perde imalatçısı pencereye göre perde modeli belirler, ölçü alır, modele uygun kumaş seçer, kumaş hesabı yapar, perde kumaşını keser, düz/basit perde dikimi yapar. Bunun yanında perde ve mefruşat satıcılığı satışı yapılacak perde ve mefruşat eşyalarının özellikleri, kullarımları, temizlenmeleri gibi konularda bilgi edinerek müşterilere gerekli bilgileri vermekle yükümlüdür. Satışı yapılmak üzere gelen perde ve mefruşat eşyalarını teslim alır; satış yapılacak yerlere taşır; fazlasını depoya kaldırır; perde ve mefruşat eşyalarını tasnif eder; fiyatlarını ve özelliklerini gösterir etiketler asar; perdeleri müşterilerin göreceği yerlere dekorasyonunu yaparak asar ve vitrin düzenlemesi yapar. Müşteriyi karşılamak, ihtiyacına göre almak istediği perde ve mefruşat eşya çeşitlerini göstermek, bu ürünler hakkında bilgiler vermek, ihtiyacına uygun alternatif ürünler sunarak müşterinin karar vermesine yardımcı

¹⁸⁷ Türkiye Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2015-2018, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, s.26.

olur. Müşterinin almaya karar verdiği perde ve mefruşat eşyalarını, istenilen ölçülerde keserek paketler ve müşteriye teslim eder.¹⁸⁸

İŞKUR'da perde imal ve satıcılığı meslek dalını içeren üç farklı meslek tanımı yapmıştır. Bu meslek tanımlarından birisi de mefruşat imal ve satıcılığı meslek dalını içermektedir. Mefruşat imal ve satıcılığı ile ilgili başka bir tanıma rastlanmadığı için bu iki meslek kolu bu başlık altında birlikte değerlendirilecektir. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir:

- **Perdeci-İşletme Sahibi:** Perde satışı yapılan kendine ait iş yerinde, satışı yapılacak perde çeşitlerinin temin edilmesi, satışa hazırlanması ve satış işlemlerinin gerçekleştirilmesini sağlayan, maiyetinde çalışanları sevk ve idare eden kişidir.
- **Perde ve Mefruşat (Ev Tekstil) Satış Elemanı:** Perde, mefruşat ve çeyiz eşyaları satışı yapılan iş yerlerinde, bu ürünlerin tanıtımlarını yapan ve satış işlemlerini gerçekleştiren kişidir.
- **Perde İmal İşçisi:** Çeşitli özellikte, perdeler, ev perdeleri, tül ve katlamalı perdeler, mutfak ve çocuk odası perdeleri ve özel perdeler imal eden kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Perde, güneşlik, stor, jaluzi vb. ile çarşaf, nevresim takımı, yatak saçağı ve farbelası, yastık kılıfı, masa örtüsü, havlu vb. gibi evde kullanılan tekstil takımları ve çeşitli tekstil malzemesiyle yapılan ev eşyaları üretme ve satma işidir.

17.9.2. Mesleğin Tarihçesi

Yapılan arkeolojik kazılarda Olynthus, Pompeii ve Herculaneum gibi antik şehirlerde, oda ayırma aracı olarak perdelerin kullanılmakta olduğuna dair ciddi kanıtlar bulunmuştur. Ayrıca 2. yüzyılla 6. yüzyıllar arasından ortaya çıkarılan mozaiklerde, sütunlar arasından perdeler sarkıtıldığı resmedildiği görülmektedir. Dolayısıyla perdenin bilinen tarihi 1800 yıldan fazla geriye gitmektedir. Orta Çağ'da da Batı dünyasında perdenin çok yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir.

Perdenin Türkiye'de de Osmanlı zamanından beri yaygın bir biçimde kullanılmakta olduğu bilinmektedir. Eski zamanlarda tamamıyla esnaf ve sanatkârın elinde olan perdecilik mesleği ve perde üretimi, son yarım yüzyılda artan biçimde makineleşmenin ve toplu üretimin yaygınlaşmasına şahit olmuştur.

Günümüzde perdecilik mesleği, nispeten küçük esnaf ve sanatkâr işletmeleri ile fabrikasyon üretime geçmiş olan büyük şirketlerin birlikte çalışmakta olduğu bir şekilde ilerlemektedir. Bunun nedeni perdelerin evlere ve kullanılacak odalara göre hem işlev hem de boyut olarak çok farklılık göstermesinden dolayı perakende satışın küçük ölçekte, ölçü alınarak ve gerekli ayarlama ve değişiklikler yapılarak olmasıdır. Dolayısıyla, perde imalatçıları genellikle, sipariş üzerine imalat yapmakta; perakendeciler ise büyük şirketlerden edindikleri kataloglardan müşteriye seçim yaptırdıktan sonra gerekli değişiklikleri yaparak satış gerçekleştirmektedir. Bu konu aşağıda üretim eğilimleri başlığında daha detaylı aktarılmıştır.

¹⁸⁸ İŞ-KUR, Meslekler Sözlüğü; <http://esube.iskur.gov.tr/Meslek/ViewMeslekDetayPopUp.aspx?uiID=5223.55> (Erişim Tarihi: 30.7.2016)

179.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

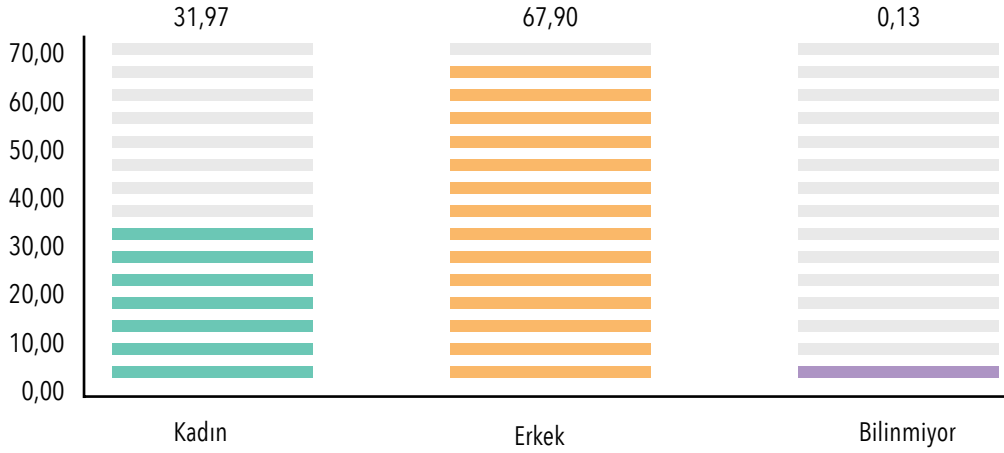
Perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleğinin ülke ekonomisindeki yeri ile ilgili veriler ve bunların analizi aşağıda sunulmuştur. Türkiye’de bu mesleği yerine getiren esnaflara ait iş yeri sayısı 4.551’dir.

179.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleğindeki 4.551 iş yerine bakıldığında bunların %68’inin erkeklere; %32’sinin ise kadınlara ait olduğu görülmektedir.

SGK’nın sağladığı verilere göre 2015 yılı itibarıyla perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleğindeki sigortalı çalışan sayısı 6323’tür. Bu çalışanların yaş ortalaması 40’tır.

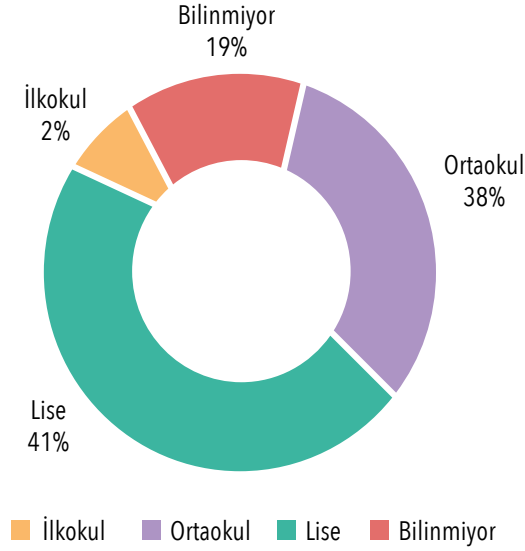
Şekil 82. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Kayıtlı iş gücünün niteliğiyle ilgili de elde bazı veriler bulunmaktadır. Örneğin esnaf ve sanatkârın eğitim durumlarıyla ilgili verilere bakıldığında bunların yaklaşık %42’sinin lise; %38’inin ortaokul, yalnızca %2’lik bir kısmının ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. Yaklaşık %20’lik bir kısmın ise eğitim durumuyla ilgili bilgi bulunmamaktadır.

Şekil 83. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

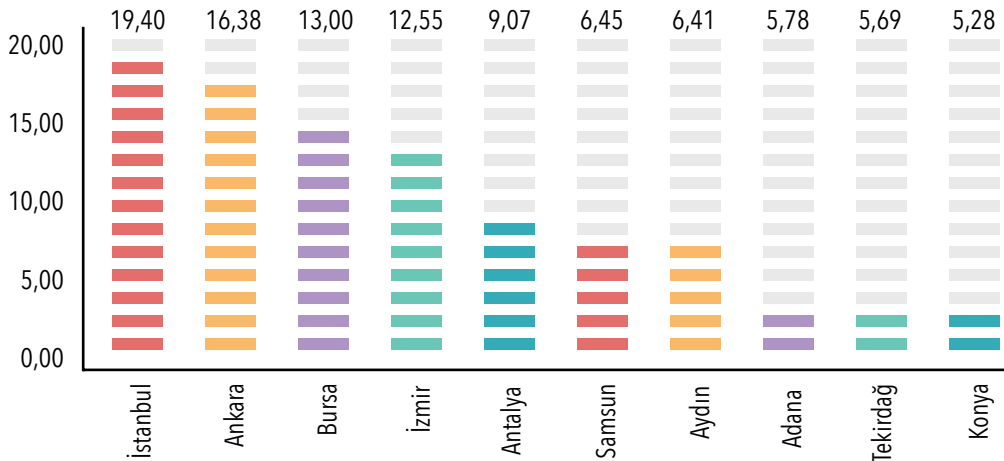


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

179.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Bu meslekteki esnaf ve sanatkârlara ait iş yerlerinin illere göre dağılımıyla ilgili de veri bulunmaktadır. Buna göre perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleğindeki iş yerleri sayısına göre ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde en fazla sayıdaki iş yerine İstanbul ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye’deki her 5 perde ve mefruşat imalat ve satış iş yerinden biri, bu şehirde bulunmaktadır. Onu takiben ise sırasıyla Ankara, Bursa, İzmir ve Antalya ilk 5 sıradaki yerleri paylaşmaktadır.

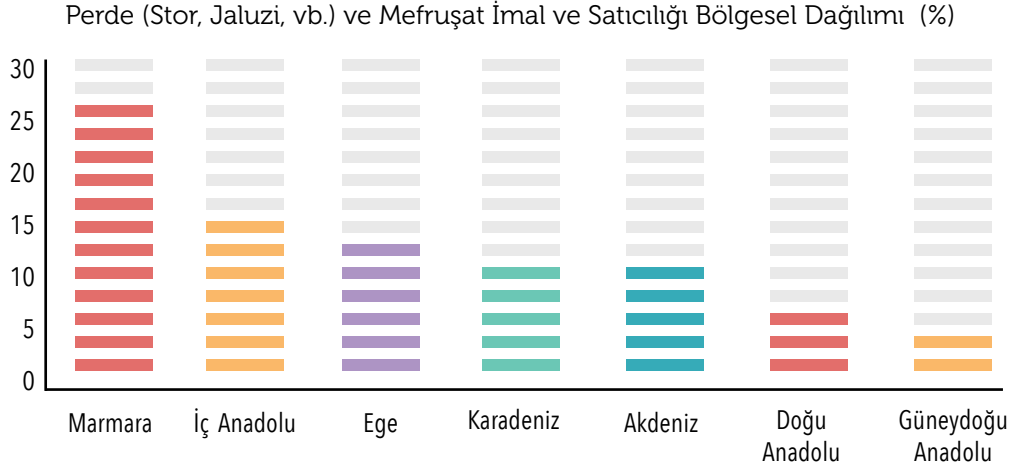
Şekil 84. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı mesleğindeki iş yerlerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Ege Bölgesi ve Karadeniz Bölgesi'dir.

Şekil 85: Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkarın Bölgelere Göre Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

179.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Ev tekstili sektörünün toplam ihracatı 2007'de 3.3 milyar dolar ve 2013'te 3.1 milyar dolar seviyelerini görmüş; son iki yılda önemli bir gerileme kaydederek 2015'te 1.9 seviyesinde gerçekleşmiştir. Aynı sektördeki ithalat verilerine bakıldığında, ihracat seviyelerine oranla çok daha düşük kaldığı görülmektedir. İthalat miktarı en yüksek seviyesine 2011'de (446.2 milyon dolar) ulaşmış, 2015'te 344.6 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu durumda Türkiye'nin, ev tekstili dış ticaret dengesinde önemli bir pozitif değere sahip olduğu görülmektedir. 2008 yılında ekonomik krizin olumsuz etkisinden hemen önce yaklaşık 3 milyar dolara ulaşmış olan bu pozitif denge, 2015'te 1.6 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Tablo 58. Türkiye'nin Ev Tekstilinde Dış Ticareti (\$)

ÜLKEMİZİN YILLAR İTİBARIYLA EV TEKSTİLİ DİŞ TİCARETİ (1000 \$)			
Yıllar	İHRACAT	İTHALAT	DENGE
2001	1.541.558	66.835	1.474.724
2002	1.796.219	106.750	1.689.469
2003	2.249.393	170.110	2.079.284
2004	2.597.950	195.811	2.402.140
2005	2.849.383	253.798	2.595.585
2006	2.891.005	338.740	2.552.265

ÜLKEMİZİN YILLAR İTİBARIYLA EV TEKSTİLİ DIŞ TİCARETİ (1000 \$)			
Yıllar	İHRACAT	İTHALAT	DENGE
2007	3.269.912	306.222	2.963.691
2008	3.277.186	293.545	2.983.642
2009	2.498.784	246.693	2.252.091
2010	2.671.573	326.589	2.344.984
2011	2.970.817	446.226	2.524.591
2012	2.745.593	316.202	2.429.391
2013	3.108.294	369.644	2.738.650
2014	2.267.384	364.197	1.903.187
2015	1.942.825	344.557	1.598.268

Kaynak: TÜİK- Türkiye Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi¹⁸⁹

Ürün bazında bakıldığında perdecilik ve mefruşatın ev tekstili sektöründe önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Ev tekstili ihracatında %25'in üzerinde bir paya sahip olan çarşaflar ikinci sırada yer alırken; perdelik ve döşemelik kumaş, perdeler ve yatak farbelaları, yatak örtüleri ve diğer mefruşat eşyası, tüller ve dantelalar, sektör ihracatında en üst sıralarda yer almaktadır.

Tablo 59. Türkiye'nin Ürün Bazında Ev Tekstili İhracatı (\$)

ÜLKEMİZİN EV TEKSTİLİ ÜRÜNLERİ İHRACATI (1000 \$)					
ÜRÜN ADI	2013	2014	2015	2014/15 Değişim	2015 Pay
Havlu ve Bornoşlar (Tuvalet ve Mutfak Bezleri Dahil)	941.173	910.294	797.954	-12,34%	41,1
Yatak Çarşafları	630.388	615.202	494.713	-19,59%	25,5
Perdelik ve Döşemelik Kumaş	557.782	68.759	50.589	-26,43%	2,6
Diğer Ev Tekstili Ürünleri	253.157	132.610	117.905	-11,09%	6,1
Perdeler ve Yatak Farbelaları	194.019	128.229	121.072	-5,58%	6,2
Yatak Örtüleri ve Diğer Mefruşat Eşyası	165.609	134.084	123.274	-8,06%	6,3
Tüller ve Dantelalar	93.905	98.394	87.078	-11,50%	4,5
Battaniyeler	75.830	75.088	53.453	-28,81%	2,8
Yastık, Yorgan ve Uyku Tulumları	57.357	43.880	33.953	-22,60%	1,7
Masa Örtüleri	40.043	43.880	33.963	3,16%	3,2
Elişi Duvar Halıları	32	4	62	1450,00%	0,0
Toplam	3.108.294	2.267.384	1.942.825	-14,31%	100,0

Kaynak: TÜİK- Türkiye Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

¹⁸⁹ Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Ev Tekstil Sektörü Raporu; <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-224569> (Erişim Tarihi: 30.07.2016)

İhracatın yapıldığı ülkeler arasında Batılı gelişmiş ekonomiler öne çıkmaktadır. Son 3 senenin ihracat rakamlarına bakıldığında ilk iki sırayı alan Almanya ve ABD yerlerini korurken; 2013 yılında ev tekstili sektöründe en fazla ihracatın yapıldığı üçüncü ülke konumunda bulunan Rusya 2015 yılında yedinci sıraya gerilemiş; ihracat rakamında da %70'in üzerinde bir azalma kaydedilmiştir. Türkiye ile Rusya arasındaki ikili ilişkilerdeki sıkıntının neden olduğu bu gerileme ile, Rusya'ya yapılan ihracat yaklaşık 198 milyon dolardan 60 milyon dolar seviyesine inmiştir. Aşağıdaki tabloda dikkat çeken bir diğer nokta da bu sektördeki ihracat seviyelerinde -ikisi hariç- bütün ülkeler açısından bir düşüş görüldüğüdür. 2014 yılı ihracat rakamlarına kıyasla artış gözlenen iki ülke ABD ve İran'dır. En fazla ihracatın yapıldığı Almanya'da yaşanan önemli düşüşe rağmen, bu ülkeye yapılan ihracatın toplam ihracattaki payı yaklaşık %23'tür.

Tablo 60. Türkiye'nin Ev Tekstili İhraç Ettiği İlk 15 Ülke, 2013-2015 (\$)

ÜLKELER İTİBARIYLA EV TEKSTİLİ İHRACATIMIZ (İLK 20 ÜLKE-1000 \$)					
ÜLKE ADI	2013	2014	2015	2014/15 Değişim	2015 Pay %
ALMANYA	511.025	505.907	440.490	-12,9	22,7
A.B.D.	198.365	209.718	212.680	1,4	10,9
FRANSA	175.180	162.069	133.703	-17,5	6,9
İNGİLTERE	105.872	117.440	102.117	-13,0	5,3
HOLLANDA	84.862	109.963	83.016	-24,5	4,3
İTALYA	106.682	96.485	82.592	-14,4	4,3
RUSYA FEDERASYONU	197.625	145.163	59.372	-59,1	3,1
UKRAYNA	79.686	89.303	49.844	-44,2	2,6
İRAN	23.575	36.077	48.907	35,6	2,5
POLONYA	26.740	42.839	42.348	-1,1	2,2
AVUSTURYA	39.090	40.205	38.458	-4,3	2,0
IRAK	42.949	42.572	38.289	-10,1	2,0
İSPANYA	35.652	35.128	36.778	4,7	1,9
ROMANYA	24.746	38.861	35.982	-7,4	1,9
CEZAYİR	35.198	39.452	33.053	-16,2	1,7

Kaynak: TÜİK- Türkiye Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Yukarıda dış ticaret dengesiyle ilgili verilerin sunulduğu bölümde aktarıldığı gibi bu sektördeki ithalat seviyesi ihracata kıyasla oldukça düşüktür. Sektörde 2015 yılı toplam ithalatı 344.5 milyon dolar seviyesinde gerçekleşirken, en fazla ithal edilen ürün grupları arasında, perde ve mefruşat imalatı mesleklerinden sırasıyla “yastık, yorgan ve uyku tulumları”, “perdeler ve yatak farbelaları”, “perdelik ve döşemelik kumaşlar”, “yatak çarşafı”, “yatak örtüleri ve diğer mefruşat eşyası” ve “tüller ve danteller” yer almaktadır. Seviyesi ihracatta yaşanan kadar yüksek olmasa da, ithalat rakamlarında da bir düşüş eğilimi göze çarpmaktadır. 2014 ve 2015 verileri karşılaştırıldığında azınlıktaki bazı ürün grupları dışındaki çoğunluk ithalat kalemlerinde düşüş görülmektedir.

Tablo 61. Ürün Gruplarına Göre Ev Tekstili İthalatı (\$)

ÜLKEMİZİN EV TEKSTİLİ ÜRÜNLERİ İTHALAT(1000 \$)					
ÜRÜN ADI	2013	2014	2015	2014/15 Değişim %	2015 % Pay
Yastık, Yorgan ve Uyku Tulumları	103.320	112.625	76.218	-32,3	22,0
Diğer Ev Tekstili Ürünleri	95.110	83.789	75.205	-10,2	21,7
Perdeler ve Yatak Farbelaları	63.957	12.070	11.575	-4,1	3,3
Havlu ve Bornoşlar (Tuvalet ve Mutfak Bezleri Dahil)	30.643	37.134	32.152	-13,4	9,3
Perdelik ve Döşemelik Kumaş	21.463	45.292	66.955	47,8	19,3
Yatak Çarşafı	17.918	15.867	11.838	-25,4	3,4
Yatak Örtüleri ve Diğer Mefruşat Eşyası	15.938	36.368	53.180	46,2	15,3
Tüller ve Dantelalar	9.949	12.019	8.381	-30,3	2,4
Battaniyeler	7.231	4.257	4.709	10,6	1,4
Masa Örtüleri	4.080	4.734	4.211	-11,0	1,2
Elişi Duvar Halıları	35	40	133	232,5	0,0
Toplam	313.763	364.197	344.557	-5,4	100,0

Kaynak: TÜİK- Türkiye Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 62. Türkiye'nin Ev Tekstili İthal Ettiği İlk 20 Ülke, 2013-2015 (\$)

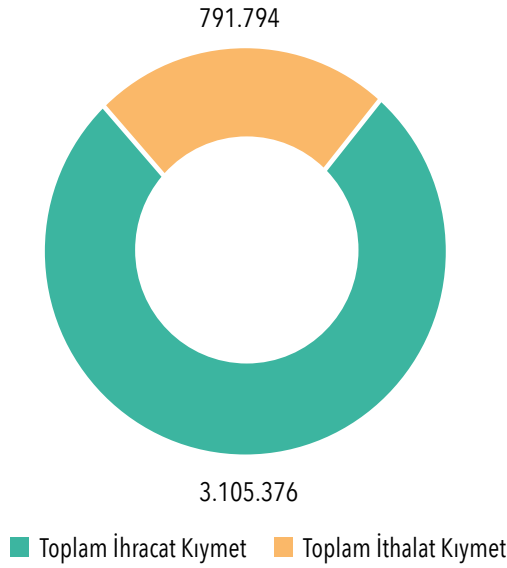
ÜLKELER İTİBARIYLA EV TEKSTİLİ İthalatımız (1000 \$)					
ÜLKE ADI	2013	2014	2015	2014/15 Değişim	2015 Pay %
ÇİN	166.022	198.746	201.292	1,3	58,4
BULGARİSTAN	7.914	9.790	17.676	80,5	5,1
BOSNA HERSEK	145	13.401	16.117	20,3	4,7
HİNDİSTAN	19.102	18.679	13.221	-29,2	3,8
İST. TRAKYA SER. BÖLG.	14.035	21.856	9.598	-56,1	2,8
İST. DERİ DER. BÖLG.	12.378	13.663	8.892	-34,9	2,6
ALMANYA	19.292	7.858	6.784	-13,7	2,0
FRANSA	3.095	2.390	4.646	94,4	1,3
İTALYA	6.666	6.174	4.442	-28,1	1,3
MALTA	6.634	4.273	4.152	-2,8	1,2
TÜRKMENİSTAN	4.063	5.406	3.705	-31,5	1,1
İRAN	2.555	4.292	3.440	-19,9	1,0
ROMANYA	3.683	3.883	3.336	-14,1	1,0
POLONYA	2.658	2.868	3.201	11,6	0,9
GÜNEY KORE	4.629	4.210	3.106	-26,2	0,9
TAYLAND	4.169	4.188	3.060	-26,9	0,9
BANGLADEŞ	2.195	1.740	2.863	64,5	0,8
İSPANYA	1.889	2.976	2.543	-14,5	0,7
PORTEKİZ	1.736	2.906	2.365	-18,6	0,7
MISIR	4.950	4.762	2.145	-55,0	0,6
DİĞER	25.953	30.136	27.975	-7,2	8,1
GENEL TOPLAM	313.763	364.197	344.557	-5,4	100,0

Kaynak: TÜİK- Türkiye Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Ev tekstili sektöründe Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk 20 ülkeye bakıldığında, birinci sırada çok açık ara farkla Çin'in bulunduğu görülmektedir. Çin tek başına bu sektördeki toplam ithalatın yaklaşık %60'ını gerçekleştiren ülke konumundadır.

Esnafın yaptığı ihracat ve ithalat rakamlarına bakıldığında ise yukarıdakinin tersi bir resim ile karşılaşmaktadır. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre perde ve mefruşat imal ve satıcılığıyla uğraşan esnafın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat yaklaşık 792 bin dolar seviyesinde iken; toplam ihracat ise bunun neredeyse 4 katı olarak, 3.1 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

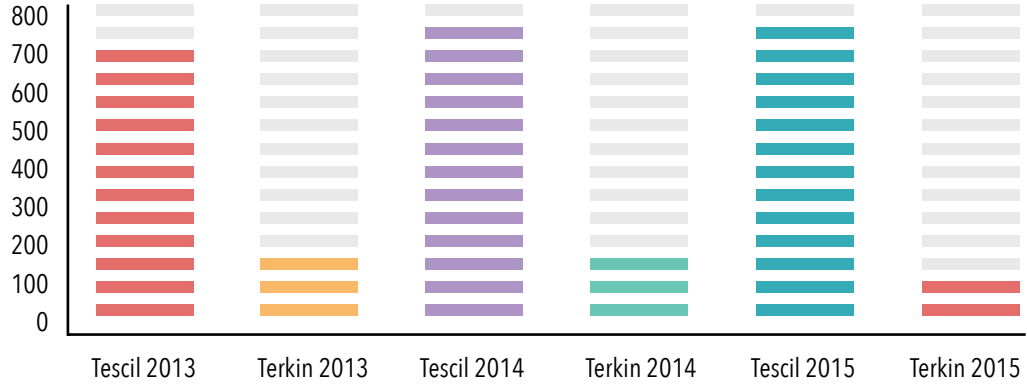
Şekil 86. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.9.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında az da olsa bir artış gözlenmektedir. 2013 yılında 731 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 797 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayıları ise 2013 ve 2014 yıllarında neredeyse aynı kalmış (sırasıyla 181 ve 186); 2015 yılında bir düşüş göstererek 158 olarak kaydedilmiştir.

Şekil 87. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.9.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 649.730.264,65 TL; toplam gideri 5.004.036.815 TL; toplam kârı 27.739.943,54 TL ve toplam zararı 8.391.526,02 TL'dir.

Mesleğin mali verilerine iller bazında bakıldığında ise toplam hasılat bakımından İstanbul'un ardından Ankara, Adana ve İzmir gibi şehirlerin geldiği görülmektedir. Bütün illerin bu meslekteki mali verileri aşağıda sunulmuştur.

Tablo 63. Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	43.232.123,92	172.981.739,00	637.122,00	234.258,00
ADIYAMAN	1.568.532,25	10.714.633,00	63.972,00	-
AFYONKARAHİSAR	2.255.794,43	12.129.939,00	78.401,00	5.870,00
AĞRI	596.095,43	20.585,00	29.658,00	1.798,00
AKSARAY	975.374,83	2.462.262,00	39.247,00	19.780,00
AMASYA	2.608.063,45	24.412.669,00	97.753,00	41.054,00
ANKARA	47.738.039,41	385.936.144,00	1.772.957,00	785.584,00
ANTALYA	33.332.863,89	270.355.550,00	1.448.497,00	296.720,00
ARDAHAN	306.178,85	44.189,00	17.340,00	128,00
ARTVİN	781.063,52	868.256,00	60.703,00	261,00
AYDIN	13.416.415,71	135.338.277,00	856.962,00	27.441,00
BALIKESİR	14.219.034,40	141.573.417,00	491.670,00	111.198,00
BARTIN	294.543,92	75.398,00	41.951,00	-
BATMAN	4.947.452,24	39.157.735,00	107.756,00	-
BAYBURT	235.796,43	18.764,00	11.312,00	2.155,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
BİLECİK	4.968.684,63	52.847.598,00	296.618,00	41.248,00
BİNGÖL	1.008.238,96	6.355.073,00	46.838,00	-
BİTLİS	1.483.290,21	2.851.538,00	72.090,00	17.842,00
BOLU	6.395.895,48	51.611.400,00	271.273,00	45.885,00
BURDUR	1.760.306,93	8.570.302,00	65.868,00	46.276,00
BURSA	51.784.543,52	437.116.803,00	2.900.097,00	687.080,00
ÇANAKKALE	9.004.405,37	80.884.338,00	252.445,00	55.138,00
ÇANKIRI	249.267,93	84.266,00	8.575,00	31.664,00
ÇORUM	4.230.856,18	24.554.803,00	210.484,00	31.849,00
DENİZLİ	6.951.841,20	66.610.485,00	263.295,00	87.025,00
DİYARBAKIR	5.044.606,58	27.522.475,00	283.424,00	33.965,00
DÜZCE	7.144.607,42	57.311.841,00	213.403,00	48.157,00
EDİRNE	1.393.277,50	11.634.600,00	49.753,00	8.901,00
ELAZIĞ	3.922.888,41	22.773.024,00	218.889,00	4.837,00
ERZİNCAN	1.372.112,49	21.647.643,00	48.041,00	15.284,00
ERZURUM	3.658.263,61	23.936.198,00	157.926,00	4.185,00
ESKİŞEHİR	4.987.788,43	51.551.207,00	151.681,00	23.369,00
GAZİANTEP	5.014.913,47	31.659.264,00	248.751,00	49.349,00
GİRESUN	4.652.995,79	28.015.348,00	183.457,00	27.577,00
GÜMÜŞHANE	1.410.856,52	11.511.953,00	81.213,00	-
HAKKÂRİ	816.121,14	197.176,00	19.370,00	-
HATAY	12.156.745,08	92.532.567,00	432.145,00	103.663,00
IĞDIR	194.687,53	57.213,00	16.069,00	-
ISPARTA	783.874,64	4.263.540,00	81.622,00	55.771,00
İSTANBUL	73.157.681,59	581.444.600,00	3.141.556,00	2.593.620,00
İZMİR	39.335.706,15	303.875.846,00	1.963.468,00	787.500,00
K.MARAŞ	4.188.764,97	31.605.705,00	245.932,00	10.096,00
KARABÜK	2.024.667,91	17.670.999,00	114.876,00	48.266,00
KARAMAN	675.383,53	100.859,00	18.851,00	24.900,00
KARS	471.035,10	1.431.827,00	56.058,00	476,00
KASTAMONU	3.856.473,02	49.447.665,00	155.521,00	72.324,00
KAYSERİ	8.379.126,29	68.052.836,00	263.328,00	125.659,00
KIRIKKALE	3.160.865,50	25.736.343,00	150.904,00	19.115,00
KIRKLARELİ	3.425.814,14	32.956.944,00	454.319,00	72.086,00
KİRŞEHİR	846.848,41	2.170.295,00	79.039,00	9.799,00
KİLİS	1.189.182,93	11.044.872,00	59.232,00	-
KOCAELİ	16.205.763,96	133.113.253,00	795.938,00	291.750,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KONYA	20.549.091,24	184.221.425,00	508.917,00	78.001,00
KÜTAHYA	1.977.432,53	11.368.403,00	100.196,00	23.268,00
MALATYA	7.397.052,78	39.544.201,00	299.219,00	48.296,00
MANİSA	6.766.269,15	33.820.212,00	770.473,00	73.760,00
MARDİN	4.380.662,48	43.074.418,00	120.987,00	344,00
MERSİN	18.506.729,85	85.686.427,00	487.565,00	190.796,00
MUĞLA	14.083.709,05	126.637.082,00	679.129,00	221.525,00
MUŞ	1.631.147,05	12.928.033,00	39.792,00	55.037,00
NEVŞEHİR	2.329.571,76	14.515.512,00	80.002,00	1.883,00
NİĞDE	1.842.346,17	17.643.902,00	52.040,00	16.154,00
ORDU	8.103.245,81	94.044.320,00	403.718,00	159.717,00
OSMANİYE	4.760.492,50	39.861.892,00	290.673,00	5.701,00
RİZE	4.104.004,71	31.100.132,00	220.620,00	-
SAKARYA	10.803.763,61	87.612.333,00	536.758,00	42.388,00
SAMSUN	19.689.095,31	170.718.680,00	655.559,00	95.582,00
SİİRT	1.363.228,58	10.157.205,00	49.413,00	-
SİNOP	1.241.527,41	4.613.251,00	67.830,00	-
SİVAS	2.268.873,58	23.476.821,00	133.041,00	2.097,00
ŞANLIURFA	6.000.487,76	34.242.635,00	190.381,00	57.132,00
ŞIRNAK	839.703,14	2.220.323,00	48.484,00	-
TEKİRDAĞ	8.459.979,91	55.591.393,00	651.863,00	188.101,00
TOKAT	4.361.415,32	36.075.036,00	300.056,00	4.178,00
TRABZON	18.149.453,27	161.320.037,00	409.882,00	7.172,00
TUNCELİ	549.583,24	6.248.149,00	23.407,00	1.205,00
UŞAK	1.634.972,47	9.752.644,00	102.118,00	8.895,00
VAN	7.335.488,16	56.974.393,00	260.583,00	-
YALOVA	2.028.117,84	19.031.761,00	125.788,00	48.133,00
YOZGAT	2.004.560,46	5.491.436,00	67.856,00	-
ZONGULDAK	2.752.504,31	15.222.506,00	235.945,00	61.259,00

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.9.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

Türkiye'nin ev tekstili üretiminde önemli ölçüde artış eğilimi gözlenmektedir. Ev tekstili üretiminin yoğunlaştığı başlıca iller; Bursa, Denizli, İstanbul, İzmir ve Uşak'tır. Bursa özellikle havlu, tül ve çarşaf üretiminin; Denizli havlu ve çarşaf üretiminin; Uşak battaniye üretiminin; İstanbul ise tül ve çarşaf üretiminin yoğun olduğu illerdir.

Yüksek ihracat hacmiyle ev tekstili sektöründe dünyanın en önde gelen ülkelerinden olan Türkiye'de, son dönemde birçok firmanın kendi markasını oluşturmuş olduğu ve yurt

içi ve yurt dışında mağaza zincirleri kurmaya başladıkları görülmektedir. Sektördeki üreticilerin büyük çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerdir; büyüme eğilimi gösteren firmalar da bulunmaktadır. Sektörde bazı ünlü yabancı markaların da lisanslı üretimi yapılmaktadır.

Yukarıda bahsedildiği gibi perdecilik mesleğinde geleneksel üretim, küçük imalatçıları ve sipariş üzerine yapılmaktadır. Her ne kadar son yıllarda sektörde hem yerli hem de yabancı büyük şirketlerin üretimdeki payı artmakta olsa da, küçük ölçekli esnaf ve sanatkar işletmeleri perakende perde sektöründe hâlâ önemli yer tutmaktadır. Burada nispeten büyük ölçekli üreticilerle yereldeki küçük işletmelerin birlikte çalıştığı bir model gelişmiştir. “Kartela” adı verilen kataloglar vasıtasıyla perakendeciler, müşterilere yalnızca renk ve model göstermekle kalmamakta; kartelalarda bulunan kumaş örnekleri sayesinde kumaşın yapısı, dokusu ve kalınlığı gibi özelliklerini de müşterilerin beğenisine sunmaktadır. Kartela sistemiyle çalışmanın bir diğer avantajı da esnafı stok masrafından kurtarmasıdır. Daha önce beğendiği mallardan kendi tercihinine göre toplu alım yaparak, bu malları satılana kadar stoklamak durumunda kalan esnaf, artık bu zahmet ve maliyete girmek durumunda kalmamaktadır. Bunun yerine dükkânında yalnızca bazı örnekler ile zengin bir kartela bulundurmak suretiyle müşterilere buradan seçim yaptırıp üreticiye müşterinin tercihinine göre sipariş vermektedir. Ancak, depolama ve toplu alım maliyetlerini üstlenen perde üreticisi büyük firmaların bunun karşılığında kartelalarını yüksek bedellere ve belli satış taahhütleri karşılığında esnafa sattığının da belirtilmesi gerekmektedir.

Makineleşme ve fabrikasyon üretimdeki artış eğilimlerinin yanı sıra meslekte öne çıkan bir diğer eğilim de işlev odaklı bir piyasadan hızla estetik odaklı, tasarım ve yaratıcılığı ön plana çıkaran bir piyasaya geçiştir. Böylesi bir piyasada rekabetçi olmak isteyen üreticiler de yalnızca işlevsel ve kaliteli ürünler üretmekle yetinmemekte, genel olarak ev tekstili modasını ve özelde de perde sektöründeki modayı dikkatle takip ederek şekillendirmeye çalışmaktadır. Gerek kullanılan ham madde (örneğin son dönemde bambu kumaşlara talep artmıştır) gerekse tasarım ve modelde sürekli kendini yenileme ve modayı takip etme ihtiyacı, sektörde üretimi tanımlayan önemli bir eğilimdir.

Perdecilik ve mefruşat imalatı meslekleri AR-GE çalışmalarına ve teknolojik uygulamaların artan biçimde kullanılmasına çok uygun mesleklerdir. Teknolojik gelişmeler bu meslekte bir yandan ürün yelpazesinin diğer yandan da kullanılabilen ham maddelerin çeşitlenmesini sağlamıştır. Bu da tasarım ve yeniliğin giderek öne çıktığı piyasa şartlarında mesleğe büyük bir dinamizm getirmektedir.

Ancak belirtilmesi gerekir ki, perde üretiminde meydana gelen teknolojik gelişmeler, makineleşme ve inovasyon daha çok büyük ölçekli şirketler tarafından kullanılmakta; küçük ölçekli işletmelere ve esnafa yansması daha geç ve düşük seviyede olmaktadır. Öte yandan, meslekte büyümek isteyen işletmeler doğru yatırımlar yaparlarsa teknolojik imkânlardan faydalanarak bu hedeflerine daha kolay ve hızlı şekilde ulaşma şansı yakalayabilmektedir.

179.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Tekstil ana sektörünün altında ev tekstili sektörünün bir parçası olarak görülebilecek perdecilik mesleği, pek çok başka meslek ve sektörle yakın ilişki içindedir. Bunlardan en yoğun ilişki içinde olduğu ise, mefruşatçılık ve çeyizciliktir. Perdenin ham maddesi olan kumaş ve ipliği mefruşatçılardan ve tekstil sektöründeki başka kumaş üreticilerinden sağlayan perde

imalatçıları, genelde çeyizcilere ürün satmaktadır. İlgili başlıkta detaylı şekilde açıklandığı gibi çeyizcilik mesleğindeki üretim ve satış stratejileri, perde üretim ve satışında kullanılanlarla büyük paralellik göstermektedir.

Perdecilik mesleğinin alt sektörlerine ve alt mesleklerine bakıldığında ise imalat, satış ve satış sonrası işlemleri içeren çeşitli alanlar görülmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- Perde İmal İşçisi
- Perde ve Jaluzi Montaj Ustası
- Mekanizmalı Perde Sistemleri İmal İşçisi
- Perdecisi- İşletme Sahibi
- Perde Satış Elemanı
- Tül Perde Kontrol İşçisi

17.9.6. Mesleğin Rekabet Analizi

Perde ve mefruşat imalatçıları ve satıcıları çok dinamik bir meslek kolunda, hızla değişen bir sektör içinde rekabet etmektedir. Ev tekstili sektöründe 2012 yılı toplam ihracatı 3.3 milyar dolar olan Türkiye'nin toplam ithalatı ise 430 milyon dolar civarındadır. Benzer şekilde perde ve ilgili ürünlerde toplam ihracat 1 milyar doların üzerindeyken aynı ürünlerdeki toplam ithalat ise 155 milyon dolar seviyesi civarındadır. Bu durum dış ticarete önemli bir artı değer olduğunu, Türkiye'nin ev tekstili sektöründe de perdecilik mesleğinde de net satıcı durumunda bulunduğunu göstermektedir.

• Firmaların Rekabeti

İç piyasada da, doğrudan satış yapan büyük perde imalatçıları olduğu gibi; küçük ve orta ölçekteki satıcılar üzerinden satışlarını gerçekleştiren daha büyük ölçekteki perde üreticileri vardır ve bunlar piyasayı domine etmektedir. Büyük üreticiler tasarım, üretim ve depolama gibi ana maliyet kalemlerini üstlenirken; perakende satışı gerçekleştiren küçük ölçekli işletmeler ise işin hizmet yönünü gerçekleştirmektedir.

Son yıllarda ise AVM'lerde doğrudan mağazalarını açarak perakende satış yapan ithal markaların, piyasadaki etkilerinin arttığı görülmektedir. Madame Coco gibi markalar, esnaf ve sanatkâr işletmelerinin sunduğu özelleşmiş, kişiye göre hizmeti sunamasa da ev tekstili sektöründe satış payını artırmaktadır.

• İkame Malların Rekabeti

Perde ve mefruşat ürünlerinde geleneksel ve kültürel öğeler fazla olduğu için ikame mal/ alternatif ürün tehdidi çok güçlü değildir. Özellikle çeyizcilik mesleğiyle çok yakın ilişki içinde olan ve yeni bir evin döşenmesinde elzem görülen bu ürünlere talebin, başka ürünler tarafından karşılanması ihtimali güçlü değildir.

Son yıllarda görülen teknolojik gelişmeler, jaluzi ve pencere sistemlerindeki değişiklikler ve modadaki dönüşümleri takip etmeyen üretici ve satıcıların, orta ve uzun vadede, sektörde talep gören mallar konusunda geri düşmeleri mümkün görünmektedir. Dolayısıyla bu

alanda rekabet gücünü kaybetmek istemeyen imalatçı ve satıcıların teknolojik ve tasarımıyla ilgili gelişmeleri çok yakından takip etmeleri gerekmektedir.

- **Tedarikçinin Gücü**

Ekonomi Bakanlığı'nın perde ve mefruşat sektörün üzerine yayımladığı raporlara göre ev tekstili sektöründeki üreticilerin büyük çoğunluğu, küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Bu nedenle sektörün tedarik kısmında herhangi bir monopol ya da oligopolün oluşmadığı için, tedarikçilerin pazara hakimiyetleri güçlü değildir. Bu da perde ve mefruşat satıcılarını rekabette daha güçlü bir konuma getirmektedir. Çok sayıda tedarikçi bulunduğu için en iyi fiyat ve şartları sağlayan tedarikçiyi seçebilme şansına sahip olan, genelde küçük ölçekli ve esnaf işletmesi konumundaki perakendeciler için bu durum bir avantajdır.

- **Müşterinin Gücü**

Rekabet analizi açısından alıcıların gücü iki ayrı seviyede değerlendirilebilir: Perde ve mefruşat imalatçıların alıcılarının gücü ile perde ve mefruşat satıcılarının alıcılarının gücü. Perde ve mefruşat imalatçıların alıcıları, çok büyük oranda perde ve mefruşat perakendecileridir. Yukarıda açıklandığı gibi genelde üretim, depolama ve ulaştırma gibi maliyetler imalatçıda kaldığı için, bu meslekteki perakendecilerin çok fazla yatırım yapmaları ya da finansal güçlerinin fazla olması gerekmemektedir. Bu nedenle finansal açıdan her seviyede işletmeci bulunabilmektedir. Ayrıca genellikle kartela ve katalog sistemleri üzerinden, müşteriden siparişi aldıktan sonra imalatçıdan mal alan perakendecilerin alım gücü yüksek olmaktadır. Bu durum da yine onları rekabette öne çıkarmaktadır.

Perakendecilerden malı alan son alıcı konumundaki müşterilerin rekabet gücüne gelindiğinde ise, satıcı sayısının ve kanalının (AVM'ler, internet, esnaf ve sanatkâr, vb.) fazla olmasından dolayı rekabet gücünün yüksek olduğu görülür. Dolayısıyla, piyasada imalatçıların, satıcıların ve müşterilerin rekabet gücünün yüksek olmasından ve bu aktörlerden hiçbirinin piyasaya hâkim olmamasından dolayı pazarda sağlıklı bir rekabet ortamı bulunmamaktadır. Bu şartlarından dolayı fiyat hassasiyeti yüksek olan pazarda, son yıllarda, tasarım ve modanın daha merkezî bir yer kapladığı; itibarı yüksek markaların ve yaratıcı tasarımlı ürünlerin, fiyat hassasiyetini azaltarak müşteri tercihlerinde öne geçmeye başladığı gözlenmektedir.

- **Giriş Engeli**

Bu meslekte imalatçı olarak pazara girmenin maliyeti nispeten yüksek olmakla birlikte, mesleğin imalatçılık kısmı için de satıcılık kısmı için de herhangi önemli bir giriş engeli bulunmamaktadır. Esnaf ve sanatkâr açısından da, perakende satıcılık için ustalık belgesi vb. türde herhangi bir belge ya da sertifikasyon da gerekmemektedir. Özellikle giriş sermayesinin düşük olabilmesi, toplu alım ve depolama gibi maliyet kalemlerinin de bulunmaması sayesinde mesleğe bir giriş engeli bulunmamaktadır.

17.9.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Perdecilik ürünün kullanılacağı eve ve pencereye özel üretim gerektirdiği için talebin uzun vadede yüksek olmaya devam etmesi beklenmektedir.

- Perdecilik mesleğine giriş kolaydır; büyük bir finans kaynağı ya da uzmanlaşma gerektirmemektedir. Bu nedenle sektöre yatırım yapan yeni insanlar sürekli bulunmakta, böylece meslek dinamizmini kaybetmemektedir.
- Perdecilikte yukarıda açıklanmış olan kartela sistemi esnafı stok maliyetinden kurtarmış, daha esnek çalışabilmesine olanak sağlamıştır.

Zayıf Yanlar

- Kalifiye ve yetişmiş eleman sıkıntısı yaşanmaktadır.

Fırsatlar

- Modanın hızlı değişimi ve bu değişimin ev tekstiline doğrudan yansımalarının bulunması perdecilik mesleğini canlı tutmaktadır.
- Perdecilikte teknolojik üretim araçlarının kullanımı, AR-GE ve inovasyon, mesleğin tanımlayıcı bir ögesi hâline gelmiştir; böylece sektörün kendini yenileme potansiyeli her daim yüksek tutulmuş olmaktadır.
- Özellikle turistik yerlerdeki perdeciler esnafın belirli dönemlerde müşteri portföyü genişlemektedir. Turistlerin yanı sıra yurt dışında yaşayan Türkler, Türkiye ziyaretleri sırasında zevklerine uygun perdeleri burada yaptırarak yaşadıkları ülkelere götürmektedir.
- Zebra ve stor perde türlerinin gelişmesi (büyük mağazalardan ve internetten alınabildiği için), her ne kadar rekabeti zorlaştırsa da perde yıkamacılığı gibi mesleğin farklı alanlarının gelişmesini sağlamaktadır.
- Perdecilikteki teknolojik gelişmeler sayesinde ürün yelpazesi ve ham maddeler sürekli çeşitlenmekte; bu da sektöre önemli derecede dinamizm getirmektedir.
- Teknolojik gelişmelerin katkısını, geleneksel el emeği ile etkin biçimde birleştirebilen esnaf için, hazır üretim yapan büyük firmaların dolduramayacağı bir alan açılmıştır. Özellikle nakış gibi ince el işçiliği yapan sanatkâr bu durumdan faydalanabilmektedir.
- Fabrikasyon ve hazır üretim ürünlerin insan sağlığına olumsuz etkilerinin öne çıkmaya başlaması, önemli sayıda tüketicinin daha sağlıklı ürünlere yönelmeye başlamasını beraberinde getirmiştir.

Tehditler

- Her ne kadar Türkiye ev tekstilinde önemli bir dış ticaret fazlasına sahip olsa da, Çin'den yapılan ithalat miktarı artış kaydetmiştir. Ayrıca ihracat miktarının toplam tekstil ihracatı içindeki payı da yıllar içinde düşüş göstermektedir.
- Makineleşme ve fabrikasyon üretim, katma değerın çoğuna sahip olduğu için gelirin de büyük kısmına büyük ölçekli şirketler sahip olmakta; esnaf daha küçük bir

komisyonla yetinmek durumunda kalmaktadır. Uzun vadede bu durum esnafın rekabette daha geri düşen, bağımlı bir konuma gerilemesine neden olabilecektir.

- Kartela sistemi avantajlarına rağmen esnafı bir üreticiye bağlayan ve oldukça büyük taahhütler olarak küçük ölçekli perakendeciyi potansiyel olarak büyük sıkıntıya sokabilecek bir sistemi dayatmaktadır.

179.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları

Perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleği ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının en önde gelenleri olarak aşağıdakiler sıralanabilir:

- Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
- Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği
- Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası
- Tekstil İşçileri Sendikası

179.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Perdecilik geleneksel ve kültürel öğelerin modern üretim yöntemleriyle harmanlandığı, talep odaklı ve son yıllarda artan şekilde işlevsellikten tasarım ve markaların öne çıkmaya başladığı bir meslektir. Kısa vadede sektördeki üretim/satış sisteminde önemli bir değişim yaşanması beklenmemektedir. Diğer bir deyişle, daha büyük ölçekli üreticiler tarafından imal edilen ve depolanan ürünlerin; yerel olarak örgütlenmiş, küçük ölçekli perakendeciler tarafından evlere özel siparişlerle satılmasına devam edilmesi beklenebilir.

Orta vadede büyük ölçekli üreticilerin ve yurt dışından tanınmış markaların perakende satış sektöründeki paylarını büyütme olası görünmektedir. Bu alanda fabrikalaşmış büyük ölçekli üreticilerin, kendi perakende mağazalarının sayısını artırarak esnaf ve sanatkârların aracılığından kurtulmak istemesi mümkündür. Elbette bu durum önemli bir maliyet ve mikro ölçekte örgütlenerek, imalat işine satış hizmetlerini (sipariş alma, eve giderek ölçü alma, perde takma, iade kabul etme, tadilat yapma, vb.) eklemek anlamına gelecektir. Ancak yalnızca perakendecilikle uğraşan esnafın böylesi bir olasılığa karşı hazırlıklarını yapması gerekmektedir.

Uzun vadede toplumun konaklama kültür ve alışkanlıklarında köklü değişiklikler yaşanmaz ise perdeye olan talebin ortadan kalkma ihtimali yüksek görünmemektedir. Ancak, perde işlevini gören çeşitli teknolojik düzeneklerin ve modern alternatiflerin sektöre girmesi oldukça olasıdır. Şimdiden perde üretiminde çok çeşitli materyaller ve teknolojik yöntemler kullanılmaktadır. Perde imal ve satıcıları bu alanda hem teknolojiyi hem de modayı çok yakından takip etmeli, üretim ve satışta ortaya çıkacak trendlere kayıtsız kalmamalıdır. Perde varlığı ve işlevi bakımından antik zamanlardan itibaren insanlığın hayatında yerini korusa da, geleneksel anlamdaki perde kavramı günümüzde önemli değişimlerden geçmektedir.

Mefruşat imal ve satıcılığı hakkında da benzer yorumların yapılması mümkündür. Geleneksel olarak işlevselliğin ve kültürel öğelerin baskın olduğu yatak örtüsü, yastık kılıfı, çarşaf, vb. mefruşat ürünlerinde kalite ve tasarımın tercih unsuru olarak öne çıkmaya başladığı

gözlenmektedir. Giderek artan biçimde bilinen markalar, daha sağlıklı olduğunu iddia eden ürünler ve modern ve şık tasarımlar, piyasada rağbet görmektedir. Bu mesleklerin erbabı bu konulara önem göstermeli ve sektörün ve piyasanın dönüşümüne kayıtsız kalmamalıdır.

Perde ve mefruşat imal ve satıcılığı mesleğinin temelini oluşturduğu ev tekstili sektörü ihracat potansiyeli çok yüksek olan bir sektördür. Yukarıda aktarıldığı gibi bu sektörde Türkiye, pozitif bir dış ticaret dengesine sahiptir. Esnaf ve sanatkârın ihracat faaliyetlerini gerçekleştirmekte olan büyük ölçekli firmalarla iş birliği yapması, bu ihracat potansiyeline katılması ve süreçte dış ticaret yapma deneyimi kazanarak sektörün gelişimine de katkıda bulunabilmesi sağlayacaktır.

17.10. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı

17.10.1. Mesleğin Tanımları

İŞKUR veya MYK tarafından tekstil malzemeleri imal ve satıcılığını kapsayan herhangi bir tanım bulunamamıştır.

Projede Kullanılan Tanım: Tekstil üretiminde kullanılmak üzere ihtiyaç duyulan kumaş, ip, deri, boya vb. malzemeleri üretme ve satma işidir.

17.10.2. Mesleğin Tarihçesi

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğinin tarihini daha genel olarak tekstille alakalı mesleklerin ve tekstil sektörünün tarihinden ayrı düşünmek mümkün değildir. Zira tekstil, gerek giyim üretimi alanında olsun, gerek başka kullanım alanlarındaki tekstil ürünlerinin üretiminde olsun ham madde üretim sürecinin hem olmazsa olmazı, hem de son ürünün kalite ve niteliklerini belirleyen en önemli değişkenlerdendir. Dolayısıyla da tekstilde kullanılacak malzemelerin imalat ve satıcılığının tarihi de tekstil sektörünün tarihi kadar eski ve köklüdür.

Dünyanın en eski yerleşim alanlarından olan Anadolu'da tekstil ve hazır giyim üretimi yaklaşık 3 bin yıl öncesine dayanmaktadır. Bir sanayi kolu olarak tekstilin ortaya çıkması ise Sanayi Devrimi ile İngiltere'de başlamıştır. 18. yüzyılın ikinci yarısında mekanik iplik eğirme yöntemleri geliştirilmiştir.¹⁹⁰ Türkler ve diğer Anadolu medeniyetlerinin sektöre yapmış olduğu katkılar Hitit ve Asur dönemlerine kadar uzanmaktadır.¹⁹¹ Frigyalılar ile birlikte tiftik dokumaları ön plana çıkmıştır. Anadolu'da giyim üretimi 3 bin yılı aşkın süredir önemli bir ticaret alanı olarak bilinmektedir. Kaşgarlı Mahmut tarafından 11. yüzyılda yazılan Türkçe sözlükteki pamuklu dokumanın karşılığı olarak kullanılan “böz” veya “bez” kelimesi günümüze kadar gelmiştir. Yine gündelik kullanım için üretilen kaba pamuklulara verilen “kirbas”; ince pamuklular için kullanılan “dülbent” kelimeleri hâlâ güncelliğini korumaktadır. İran ve Suriye'nin diğer dokumalarıyla ünlü bölgeleriyle yapılan ticaretin sonucunda

¹⁹⁰ Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, “Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu”, 2014. <http://www.oka.org.tr/Documents/tekstil%20ve%20hazir%20giyim%20sektor%20raporu.pdf> (Erişim Tarihi: 3.5.2016)

¹⁹¹ Eraslan İ. Hakkı, Bakan İsmail, Helvacıoğlu Kuyucu Aslı Deniz, “Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl 7, Sayı 13, Bahar 2008, s.266.

buralardan da yeni teknikler ve kumaş çeşitleri zamanla Anadolu'ya aktarılmıştır. Asya'dan gelen Türk, Tatar, Moğol ve diğer kavimlerin göçleriyle Anadolu ve yakın coğrafyasına yerleşen topluluklar, geçmişten gelen bu üretim tekniklerini zaman içinde geliştirmişlerdir. Selçuklular ve ardından gelen Osmanlılar döneminde, özellikle ipek ve ipekli dokuma, en önemli ticaret maddesi hâline gelmiştir.¹⁹²

13. yüzyıl başlarından itibaren Anadolu'da üretilen halı (kali), kilim ve ipekli dokumaların dünyanın çeşitli bölgelerine gönderildiği tarihi kayıtlardan anlaşılmaktadır. Örneğin, 14. yüzyıla ilişkin belgelerde, Bursa'daki ipekli dokuma tezgâhı sayısının bine ulaştığı saptanmıştır. Aynı dönemlerde, İtalya'da da ipekli dokuma üretildiği bilinmektedir; ancak ilginç olan bulgulardan biri, İtalyan dokumacıların, Anadolu'dan gelen ipekli dokumaları taklit etmeleridir. İpekli, pamukluların dışında zamanla yün, kenevir ve ketenden üretilen dokumaların da çeşitli kentlerde birer sanayi dalına dönüştüğü gözlenmiştir. Kirbas ve tül-bent üretiminde Kastamonu, Amasya, Tokat, Çorum, Burdur, Isparta, Konya, Karaman, Kayseri, Tire, Bergama, Denizli, Menemen, Akhisar ve Nazilli öne çıkan kentler olmuştur.¹⁹³

Ağırlıklı olarak Ege ve Akdeniz bölgelerine yayılan Türkmen kabilelerinin (Yörük) kilim ve halıları 13. yüzyıldan başlayarak çok aranan ürünler hâline gelmiştir. Ancak zamanla halı üretiminde Uşak en ünlü kent olarak tanınmıştır. Halı ihracatı yalnız Avrupa ülkelerine değil, Arap Yarımadası'na da yoğun olarak gerçekleştirilmiştir. 14. yüzyılda ünlü Arap gezgini İbn Batuta ve Abu'l-Fida, Aksaray halılarından övgüyle söz etmişlerdir. 17. ve 18. yüzyılda Hindistan'dan gelen pamuklu dokumaların Anadolu'ya yayıldığı ve aranan bir kumaş türü hâline geldiği, döneme ilişkin kayıtlarda görülmektedir. Ancak bu etki fazla sürmemiş, Anadolu'daki dokuma ustaları, Hint kumaşlarının benzerlerini üreterek eski güçlerine kavuşmuşlardır.¹⁹⁴

Cumhuriyet Dönemi'yle, 1933'lü yıllarda ülkede ilk kurulan endüstri dalı, tekstil olmuştur ve önce kamu, daha sonra da özel sektör firmaları iplik, dokuma ve terbiye işletmeleri kurmuşlardır. Kayseri'de kurulan ilk Sümerbank fabrikası ile modern anlamda tekstil sektörünün temelleri atılır. Burada çalışacak elemanların birçoğu yurt dışında eğitim görür. Anadolu'nun pek çok yerinde kurulan fabrikalar bir yandan istihdam sağlayıp işçi, teknik eleman ve kadrolar yetiştirirken; diğer yandan da kuruldukları bölgenin sosyal yaşamını geliştirmiştir. Bir zamanlar iplik ve bez ithalatı yapan Türkiye, pamuk üretiminden iplik üretimine geçerek katma değerli ürünler üretmeye başlamıştır.

1970'li yıllardan sonra Sümerbank'ın gerekli esneklik ve teknolojik yeniliklere uyum sağlayamadığı ve günün pazar koşullarına ayak uyduramadığı söylenebilir. 1980'li yıllara gelindiğinde, MKE'nin ürettiği yerli dokuma tezgâhları öncelikle kamu işletmelerinde

¹⁹² Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu, "Tekstil Sektörünün Kısa Tarihi", <http://disktekstil.org/tekstil-sektorunun-kisa-tarihi.html> (Erişim Tarihi: 26.4.2016)

¹⁹³ "Türkiye'de Tekstil", https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_tekstil (Erişim Tarihi: 24.4.2016); Akın, Fethullah, Türkiye'de Tekstil Hazır Giyim Sektörü ve Ücretler, Teksif Eğitim Yayınları, 2011, s.25

¹⁹⁴ Dicle Kalkınma Ajansı, "Hazır Giyim Sanayii Sektör Analizi", 2011. http://www.dika.org.tr/photos/files/batman-hazir%20giyim%20rapor_1.pdf (Erişim Tarihi: 15.5.2016)

göze çarpar. Ancak, daha sonraki yıllarda yapılan kullanılmış makine ithalatı, bu dokuma tezgâhları üretiminin sonunu getirmiştir. Bugün büyük bir tekstil endüstrisi olan Türkiye, üretim makineleri ve tekstil endüstrisinde kullanılan kimyasal maddeler açısından büyük ölçüde dışa bağımlı durumdadır.

Tekstil sektörü kendisine paralel olarak hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün de gelişimine önemli katkı sağlamıştır. 1990'lı yıllara gelindiğinde tekstil sektörünün gösterdiği yüksek ihracat performansı ile Türkiye'nin genel ihracatı içerisindeki payı %11'e çıkmıştır. Bugün de sektör, ekonominin önde gelen bileşenlerinden biri durumundadır. AB ile Gümrük Birliği dikkate alınarak 1994 ve 1995 yıllarında yapılan ilave yatırımlarla birlikte, Türkiye'de tekstil konusunda önemli miktarda üretim kapasitesi oluşmuştur. Kurulu makina parkı açısından kapasite değerlendirildiğinde dünya kısa elyaf iğ kapasitesinin %3,7'si, uzun elyaf iğ kapasitesinin %5,2'si, OE rotor kapasitesinin %6,4'ü, mekiksiz dokuma tezgâhlarının %2,7'si, mekikli dokuma tezgâhlarının %1,8'i ve yünlü dokuma tezgâhlarının %5'i Türkiye'de bulunmaktadır.

Konfeksiyon sektörüne göre, daha sermaye yoğun bir yapısı bulunan tekstil sektöründeki işletmeler genellikle orta büyüklükte örgütlenmiştir; sektör içinde entegre büyük tesisler de bulunmaktadır. Türkiye genelinde ihracata yönelik üretim yapan 7.500 civarında tekstil imalatçısı bulunmaktadır. Tekstil mamülleri kurulu kapasite ve üretim bakımından İstanbul, İzmir, Denizli, Bursa, Kahramanmaraş, Gaziantep gibi illerde yoğun olarak yapılmaktadır.¹⁹⁵

17.10.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 2.216 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

17.10.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

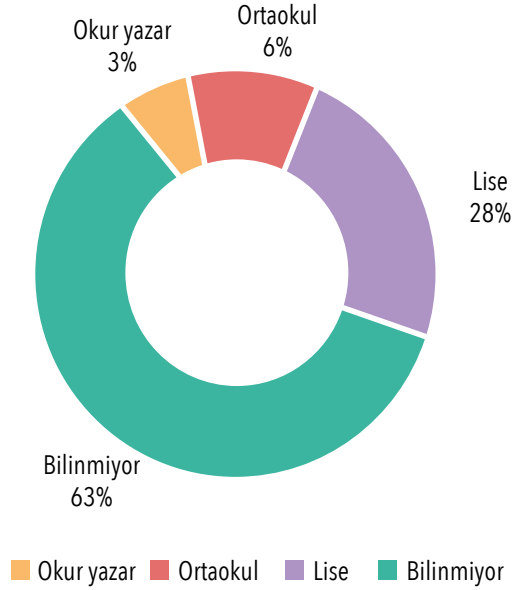
Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğindeki 2.216 iş yerine bakıldığında bunların %66'sının erkeklere; %34'ünün ise kadınlara ait olduğu görülmektedir.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2015 yılı itibarıyla tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğinde çalışan esnaf sayısı 1930'dur. 2010 yılında 1057 olan bu sayıda, son 5 yıl içerisinde %83'lük bir artış kaydedilmiştir ve bu artış araştırma kapsamındaki meslekler göz önünde bulundurulduğunda esnaf sayısındaki en büyük orana tekabül etmektedir. Bu esnafların yaş ortalaması ise 40'tır.

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumuna bakıldığında, hakkında bilgi bulunanların çoğunun lise mezunu olduğu görülmektedir. Meslektekilerin %63'ünün ise eğitim durumu hakkında bir bilgi bulunmaması, önemli bir kayıt sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

¹⁹⁵ İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Türk Tekstil Sektörü Raporu, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/tanitim_teksti.pdf (Erişim Tarihi 30.07.2016)

Şekil 88. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

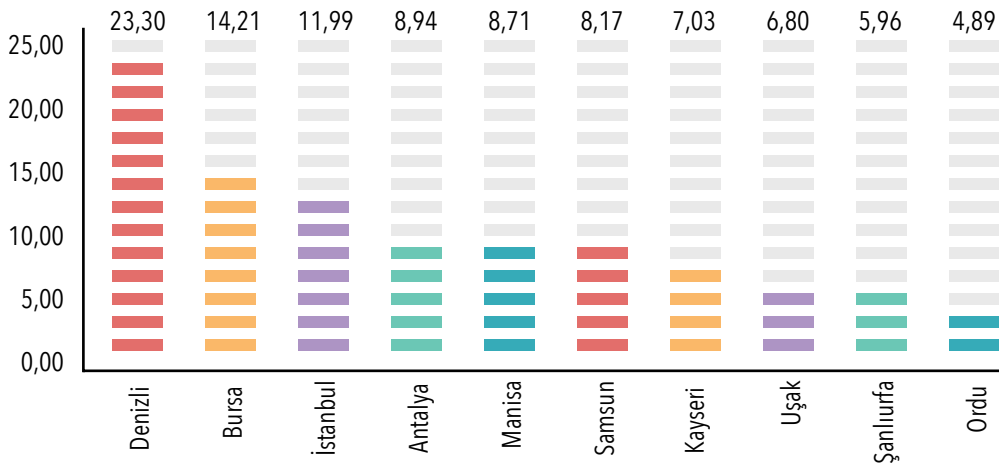


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.10.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğindeki 2.216 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu ilk 10 il aşağıdaki şekilde sıralanmıştır. En fazla sayıdaki işletme %23,30 oranı ile Denizli'de bulunmakta; onu Bursa ve İstanbul takip etmektedir.

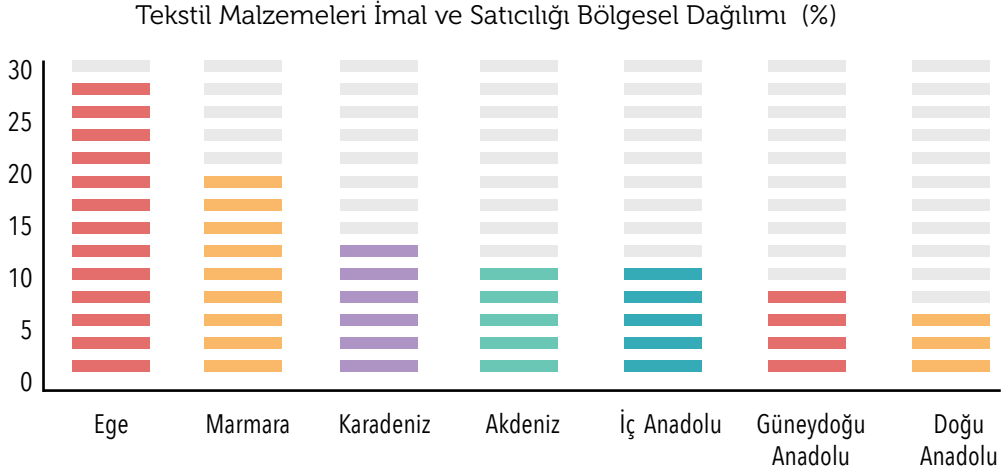
Şekil 89. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğindeki iş yerlerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Ege Bölgesi, Marmara Bölgesi, Karadeniz Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi'dir.

Şekil 90. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

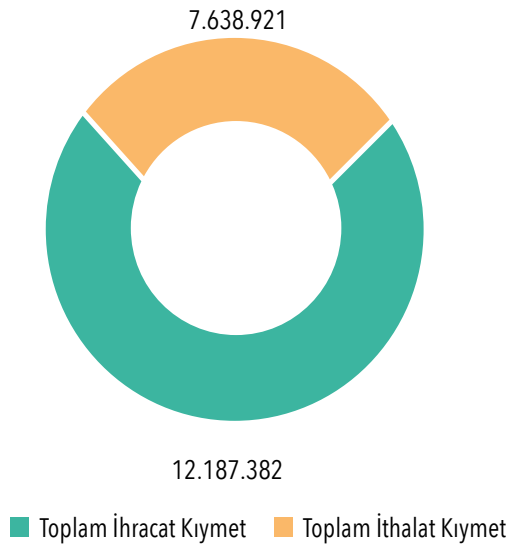


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.10.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr, 2015 yılında 7.638.921 dolar ihracat yapmıştır.

Şekil 91. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)



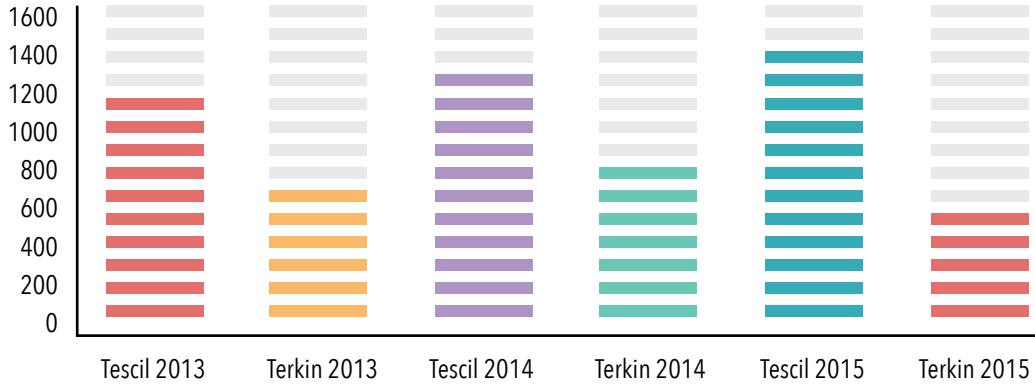
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın 2015 yılı içinde yapmış olduğu ithalat ve ihracat verilerine bakıldığında, ithalat seviyesinin ihracattan yüksek olduğu görülmektedir. Toplam ithalat değeri 12 milyon doların üzerindeyken, ihracat yaklaşık 7,6 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

17.10.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğinde 2013'te tescil edilen işletme sayısı 356 iken, bu sayı 2014 yılında 460'a yükselmiş; ancak 2015'te ise küçük bir düşüşle 410'a gerilemiştir. Terkin verilerine bakıldığında ise daha küçük bir dalgalanma gözlenmektedir. 2013'te 126 olan terkin sayısı, 2014'te 148'e yükselmiş ve bir sonraki yılda 139 olarak kaydedilmiştir.

Şekil 92. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015.

17.10.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 441.967.428,88 TL; toplam gideri 4.140.996.366,26 TL; toplam kârı 19.921.793,77 TL ve toplam zararı 5.568.338,96 TL'dir.

Tablo 64. Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	5.209.620,40	61.032.754,40	118.207,16	-
ADIYAMAN	277.219,60	3.227.720,52	8.242,89	-
AFYON	3.384.650,56	34.983.970,59	198.178,09	84,75
AĞRI	487.141,45	800.394,09	25.357,60	169.907,76
AKSARAY	71.463,55	10.732,96	4.319,36	-
AMASYA	970.850,43	7.592.784,35	46.708,06	81.813,73
ANKARA	6.006.535,73	18.589.986,12	183.736,68	105.914,48
ANTALYA	13.835.740,58	96.302.997,04	926.607,10	496.651,06

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ARDAHAN	607.480,03	6.140.570,73	24.897,27	-
ARTVİN	3.379.958,80	34.946.876,17	125.272,06	56.993,11
AYDIN	1.613.080,56	7.079.732,94	318.132,61	22.546,90
BALIKESİR	3.782.162,10	38.005.280,66	355.203,06	225.354,38
BARTIN	431.125,14	4.416.263,84	57.597,23	-
BATMAN	3.546.259,63	27.352.718,58	153.561,27	92.212,77
BAYBURT	900,00	-	900,00	-
BİLECİK	180.058,89	11.617,38	14.660,27	6.561,28
BİNGÖL	129.569,51	54.344,61	6.599,88	6.555,00
BİTLİS	791.124,43	8.387.085,06	21.946,56	3.471,99
BOLU	2.931.678,76	24.969.800,24	121.959,25	-
BURDUR	536.526,14	180.689,32	58.058,86	201,69
BURSA	49.608.343,94	416.105.103,44	2.128.598,73	496.618,34
ÇANAKKALE	430.073,04	111.393,53	18.829,00	17.751,59
ÇANKIRI	307.003,92	3.514.274,76	14.147,69	-
ÇORUM	338.570,83	39.206,99	31.002,54	238,23
DENİZLİ	69.475.598,40	743.952.840,62	2.331.944,32	167.047,99
DİYARBAKIR	804.228,56	6.787.502,63	25.838,01	4.234,86
EDİRNE	453.354,50	272.978,61	25.893,34	137.283,91
ELAZIĞ	2.224.700,13	15.892.522,31	61.442,14	35.262,95
ERZİNCAN	67.041,31	8.630,16	4.218,48	-
ERZURUM	13.858.601,46	140.355.525,53	390.532,51	19.872,82
ESKİŞEHİR	1.775.450,65	12.565.377,95	205.317,48	5.366,70
GAZİANTEP	3.444.012,51	24.878.673,02	188.360,12	43.740,09
GİRESUN	4.909.828,32	48.802.333,48	132.716,51	28.626,44
GÜMÜŞHANE	19.658,00	-	3.083,00	-
HAKKÂRİ	670.439,65	5.018,82	26.442,56	-
HATAY	2.145.403,33	15.104.390,65	54.572,86	300,00
IĞDIR	17.000,00	-	700,00	-
ISPARTA	388.987,45	3.743.802,10	23.117,87	-
İSTANBUL	57.283.061,85	552.201.918,84	2.976.231,08	1.309.649,47
İZMİR	15.084.613,28	129.982.925,08	729.671,18	42.296,02
KAHRAMANMARAŞ	3.067.357,97	40.461.941,35	84.259,86	3.545,97
KARABÜK	1.032.170,05	7.486.189,58	385.438,95	-
KARAMAN	246.495,80	17.396,08	9.242,89	-
KASTAMONU	164.322,16	1.401,34	22.737,51	-
KAYSERİ	29.172.494,62	265.467.047,26	795.302,64	389.421,38

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
KIRIKKALE	199.409,08	41.722,80	18.811,13	18.002,06
KIRKLARELİ	8.082,50	483,00	1.876,54	-
KIRŞEHİR	154.416,47	3.600,00	13.910,34	-
KİLİS	1.819.941,76	18.785.896,78	76.662,42	62.524,31
KOCAELİ	6.532.561,46	53.396.477,17	306.495,26	14.310,94
KONYA	12.951.101,20	149.878.616,80	287.217,18	15.547,31
KÜTAHYA	475.762,60	648.296,05	95.507,10	20.254,84
MALATYA	529.255,47	4.257.678,52	72.757,88	-
MANİSA	13.527.190,84	115.699.715,18	904.260,38	323.544,90
MARDİN	8.377.254,63	58.491.354,67	838.247,59	172.538,35
MERSİN	4.919.536,16	17.095.855,64	15.482,92	12.367,31
MUĞLA	1.788.329,41	12.233.646,64	105.578,77	100.741,49
MUŞ	1.237.563,89	10.755.230,85	45.531,35	-
NİĞDE	560.008,57	1.518.841,42	65.236,50	-
ORDU	7.402.401,85	63.310.784,40	493.909,60	169.390,42
OSMANİYE	2.884.890,98	21.623.475,38	214.702,36	48.124,67
RİZE	1.614.343,68	18.620.202,56	46.385,12	6.030,97
SAKARYA	3.027.675,78	24.416.977,89	221.229,43	40.157,34
SAMSUN	25.448.415,98	230.548.126,64	740.150,58	184.339,63
SIİRT	9.575,00	3.064,52	1.500,00	1.449,52
SİVAS	1.188.844,98	13.050.404,82	48.586,92	1.500,00
ŞANLIURFA	1.346.543,53	3.083.914,15	157.442,92	9.996,74
ŞİRNAK	157.769,82	1.820.384,28	6.071,13	-
TEKİRDAĞ	1.868.005,43	14.552.811,20	140.748,77	5.924,46
TOKAT	2.634.040,04	93.762.869,88	236.549,93	74.050,61
TRABZON	18.550.711,72	228.367.080,32	734.045,66	187.057,46
UŞAK	16.657.725,29	178.335.557,83	442.738,23	129.156,56
VAN	699.844,24	4.817.823,53	59.558,05	1.803,41
YALOVA	131.527,57	20.236,23	81.667,81	-
ZONGULDAK	102.740,93	10.523,38	9.145,37	-

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.10.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

Tekstil malzemeleri imal ve satış mesleğinin konusu olan malzemeler, yukarıda da belirtildiği gibi tekstil sektörünün çeşitli alanlarında kullanılan tüm ham madde ve aksesuar türü yardımcı ve yan ürünleri kapsamaktadır. Dolayısıyla bu mesleğin üretimine konu olan ürünler iplik, kumaş, deri, kumaş boyası, vs. başta olmak üzere çok çeşitlidir. Bunların her

birinin üretiminde kullanılan yöntemler, teknoloji kullanımı ve yenilik düzeyi de, hâliyle çeşitlilik göstermektedir. Bu nedenle bu bölümde detaylı bir değerlendirme yapılmayacaktır. Ancak, bu meslekteki özellikle esnaf ve sanatkârları göz önünde bulundurarak bazı genel değerlendirmelerde bulunmak mümkündür.

Öncelikle ifade etmek gerekir ki hazır giyim, konfeksiyon, tekstil ve mefruşat gibi sanayilerdeki gelişmeler, beraberinde bu mesleği yakından ilgilendiren sonuçlar doğurmaktadır. Şöyle ki, son yıllarda imalat giderlerini düşürmek, üretim süresini kısaltmak ve üretim sürecini daha fazla kontrol altına almak gibi hedeflerle, büyük üreticilerin mümkün olduğu kadar üretimlerine konu olan ham madde ve yan ürünleri de kendileri üretmek ve/veya depolamak eğiliminde oldukları görülmektedir. Örneğin Denizli’de havlu vb. ev tekstili ve mefruşat ağırlıklı üretim yapan tekstil firmalarıyla yapılan mülakatlarda, peşin alışverişin azaldığı ve genellikle uzun vadeli satışların hâkim olduğu piyasa şartlarında üreticilerin iplik gibi ham maddeleri toptan alarak ve ham bez gibi ara ürünleri de kendileri üreterek kâr etmeye çalıştıkları ifade edilmiştir. Dolayısıyla da, tekstil malzemesi imal ve satışı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bu tür büyük firmalara ürün sağlayabilme şansları azalmaktadır.

Öte yandan, tekstil sektörünün diğer alanlarında ve üretim süreçlerinin tüm aşamalarında olduğu gibi, tekstil malzemesi imal ve satıcılığında da teknoloji kullanımının öneminin giderek arttığı göze çarpmaktadır. Daha yüksek kaliteli ve düşük maliyetli üretime imkân sağlayan makinelerin meslek içinde rağbet görmekte olduğu ve makineleşmenin başarılı bir vizyon dâhilinde büyümeyi hedefleyen tüm esnaf ve sanatkârlar için önemli bir strateji olduğu belirtilmelidir.

17.10.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleği, tekstil sektöründe yer almaktadır. Meslek, bu sektördeki tüm alt sektörlerle ham madde, yan ürün ve aksesuar temininde önemli bir yere sahiptir.

Tekstil sektörünün dışında da, tekstil malzemelerinin kullanılmakta olduğu her sektöre ham madde ve aksesuar temini sağlamaktadır. Bu sektörler döşeme ve dekorasyondan, otomotiv ve ulaşım, ekonominin tamamına yayılmış olan çok geniş bir yelpazede yer almaktadır.

17.10.6. Mesleğin Rekabet Analizi

Tekstil sektörü oldukça yoğun bir rekabete sahne olmaktadır. Bu, hem iç piyasalar hem de uluslararası piyasalar için geçerlidir. Özellikle günümüzün küresel ekonomik koşullarında rekabet, çok boyutlu ve daha dinamik bir hâl almıştır.

- **Firmaların Rekabeti**

Yukarıda da belirtildiği gibi, tekstil malzemeleri imal ve satıcılığı mesleğinde son yıllarda büyük firmaların, fiyat avantajı yakalamak ve üretim süreçlerine daha hâkim olmak gibi hedeflerle ham maddelerini toptan şekilde temin etmek yahut da kendileri üretmek eğiliminde oldukları gözlenmektedir. Bu da piyasadaki firmalar arasında özellikle teknolojik imkânlardan etkin biçimde faydalanan, fiyat avantajı sağlayan ve reklam/pazarlama kanal-

larına hâkim olanları öne çıkarmaktadır. Öte yandan esnaf ve sanatkârların işlettiği mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeler daha çok kendi yerel bölgelerine ürün temin etmekle sınırlanmakta, piyasanın tamamına hitap etme olanakları giderek azalmaktadır.

- **İkame Malların Rekabeti**

Üretim sürecinin en önemli belirleyicilerinden olan ham madde ve diğer yan ürünler konusunda, özellikle tekstil sektöründe ve tekstil malzemeleri kullanan diğer sektörlerde, çok büyük bir ürün çeşitliliği gözlenmektedir. Diğer bir deyişle tekstil malzemelerine ikame mallar çok çeşitli olup, çok çeşitli üreticiler tarafından piyasaya sokulmaktadır. Özellikle son yıllarda Çin ve Hindistan gibi ülkelerden ucuz kumaş alımının artması, bu alanda rekabetin daha da artmasına neden olmuştur.

- **Tedarikçinin Gücü**

Rekabet hâlindeki firmaların sayısının fazlalığı, ürün çeşitliliği ve uluslararası ticaretin etkileri ile bu meslek açısından tedarikçilerin piyasaya hâkim olmaları kolay olmamaktadır. Üstelik artan sayıda müşterinin kendi ham maddesini üretme eğiliminde olması, bu alanda tedarikçinin gücünü daha da azaltmaktadır.

- **Müşterinin Gücü**

Her ne kadar müşteri sayısının ve çeşitliliğinin fazlalığı müşterinin gücünü azaltmakta olsa da, tedarik tarafında yukarıda belirtilen yüksek rekabetin varlığı, bu meslekte müşterilerin belirleyiciliğini bir adım daha önde tutmaktadır. Diğer bir deyişle, her ne kadar bir müşteri monopolünden ya da hâkimiyetinden bahsedemesek de, bu meslek konusunda müşterilerin pazarlık gücünün tedarikçilerden bir adım önde olduğu söylenebilir.

- **Giriş Engeli**

Ne yasal mevzuat açısından ne de sektörün yapısı bakımından mesleğe ya da sektöre yeni giriş yapmak isteyen firmaların önünde ciddi bir engel bulunmamaktadır. Yeni girişlerin önündeki en büyük caydırıcı etken rekabetin fazlalığı ve özellikle de fiyat rekabetine girişme zorunluluğudur.

17.10.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Tekstil malzemelerini kullanan üretim alanları, sektörler ve mesleklerin fazlalığı
- Mesleğin köklü bir geçmişe sahip olması ve kültürel önemi olan bir gelenek hâlinde sürdürülmesi
- Ülke ekonomisinde hazır giyim ve tekstil sektörlerinin sahip olduğu büyük önem

Zayıf Yanlar

- Yoğun rekabetin kaliteden ödün vererek ucuz fiyatlara doğru bir yönelime neden olması

- Çin, Hindistan ve Bangladeş gibi ülkelerden gelen ucuz ve sağlıksız ürünlerin özellikle mikro, küçük ve ortak ölçekli işletmeler açısından haksız bir rekabete neden olması
- Makineleşmenin yaygınlaşması nedeniyle meslek erbabına duyulan ihtiyacın azalması
- İmalat ve satış alanlarında yeni bağlantı ve piyasaları aramak, yeni piyasalar yaratmak konusunda meslek erbabının isteksiz ve yetersiz kalması

Fırsatlar

- Tekstil malzemeleri kullanan diğer sektörlerle yönelik ürünler üreterek pazar genişletebilme olanağı
- Teknolojik araçları ve yenilikçi yöntemleri kullanarak daha kaliteli ve ucuz üretim yapma şansının fazlalığı
- Büyük firmaların erişim konusunda yetersiz kalabilecekleri mikro tüketim alanlarına internet ve e-ticaret gibi yollarla daha hızlı ulaşabilme olanağı
- Fiyat rekabetinin yoğunlaşmasından istifade ederek daha kaliteli ve sağlıklı ürünlerle öne çıkma olanağı

Tehditler

- Çin ve Hindistan başta olmak üzere ucuz üretim yapan Asya ülkelerinden ithalatın artması
- Makineleşmenin artması nedeniyle meslek erbabına ihtiyaç ve talebin azalması
- Büyük firmaların ham maddeyi toptan temin etme ya da kendileri üretme konusundan eğilim göstermeleri

17.10.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Tekstil malzemesi imal ve satışı, tekstil ve giyim sektörleri başta olmak üzere, üretim süreçlerinin çeşitli aşamalarında tekstil malzemelerini kullanan pek çok sektör ve meslek için önemli bir meslektir. Yukarıda da belirtildiği gibi son dönemlerde giderek yoğunlaşan bir rekabete sahne olan bu meslekte, özellikle fiyat rekabetinin öneminin arttığı gözlenmektedir. Fiyatın dışında ürün çeşitliliğinin öneminin de arttığı meslekte, yalnızca geleneksel yöntemlerle ve dar bir ürün çeşitliliği skalasında üretim yapanlar piyasada büyük dezavantaja sahiptirler.

Özellikle tekstil sektöründeki büyük üretici firmaların, ham kumaş ve iplik gibi tekstil malzemeleri ve ham maddelerini üretme ya da toptan temin etme eğilimi göstermeleri, meslekteki esnaf ve sanatkârlar açısından olumsuz bir durumdur.

Öte yandan meslekteki esnaf ve sanatkârın, yerel bağlantılarını ve küçük ölçeklerini bir avantaja çevirerek piyasada kendilerine bir yer bulma olanağı da bulunmaktadır. Özellikle

de internet ve e-ticaret imkânlarını kullanarak, daha küçük çaplı, sofistike ve özellikli ürünlerin temininde öne çıkmayı hedeflemeleri yerinde bir strateji olabilecektir.

17.11. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı

17.11.1. Mesleğin Tanımları

Konfeksiyon, bir diğer adıyla hazır giyim imalatı, birçok faaliyet içeren bir iş koludur. Bu faaliyetler aşağıda listelenmiştir:

- Kumaş temini yapılır; kumaşlar boyanır ve kontrol edilir,
- Aksesuar ve ambalaj malzemeleri temin edilir,
- Kalıp çıkartılır,
- Kesimhaneye gönderilen kalıplarla kesim işlemi gerçekleştirilir,
- Kesilen parçaların tek tek metolama işlemi yapılır,
- Kesimden gelen parçalara tasnif işlemi gerçekleştirilir,
- Baskı ve nakış işlemleri yapılır,
- Parçalar ve aksesuarları eşleştirilir ve dikime hazır hâle getirilir,
- Dikim işlemleri yapılır,
- Ön kalite kontrol yapılır,
- Dikilmiş olan malların eğer varsa ilikleri açılır ve düğmeleri dikilir,
- İplik fazlalıkları ve metolar temizlenir,
- Son ütüleme yapılır,
- Kontrolden geçen malların son ütülerini yapılır,
- Son kalite kontrol yapılır.

Konfeksiyon imal ve satıcılığı imalat ve satıcılık unsurlarını içeren bir meslek dalıdır. Bu mesleklerle ilgili İŞKUR, sadece konfeksiyon işçiliği başlığı altında bir tanımlama yapmıştır.

- **Konfeksiyon İşçisi:** Belirlenen talimatlara göre, kesimden gelen işleri kontrol etme bilgi becerisine sahip nitelikli kişidir.
- **Giyim Üretim/Hazır Giyim Teknikeri:** Çocuk, kadın ve erkek iç-dış giyiminde; üretim öncesi planlama ve tasarım, kalıp-desenleme, kalite kontrol ve üretim safhalarının tümünde uygulama becerilerine sahip kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Seri olarak giysi üretme ve satma işidir.

17.11.2. Mesleğin Tarihçesi

Tarihin ilk dönemlerinden itibaren insan topluluklarının temel ihtiyaçlarından olan giyim, 19. yüzyıla kadar el işi olarak, genellikle kişiye özel ve az miktarlarda üretilmiştir. Toplu şe-

kilde üretilmiş ilk hazır giyim ürünleri ise 19. yüzyılın başındaki savaşlar sırasında kullanılmak üzere üretilen askeri üniformalardır. Bu tarihten itibaren önce erkek giyiminde toplu üretilen ve giyime hazır standart giysiler, giderek artan biçimde üretilmeye başlanmıştır. Kadın giyiminde ise hazır giyimın ortaya çıkması 20. yüzyılın başlarına kadar bekleyecektir; zira dönemin kadın modası oldukça süslü ve giyenin üzerine kesin şekilde oturan elbiseleri öne çıkarmaktadır.

Kendi coğrafyamıza baktığımızda ise, tekstil ve giyim alanında Anadolu'nun, tarihsel açıdan büyük önem taşıdığı belirtilmelidir. Bugün Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olan tekstil ve giyim, ülkenin sanayileşme tarihinde de kayda değer bir yer tutmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde özellikle pamuk, yün ve ipek üretiminin yaygın olarak yapılabilmesinden dolayı, 16. ve 17. yüzyılda tekstil üretimi küçük atölyeler şeklinde ülke çapında yaygınlaşmıştır. Osmanlı Dönemi'nde gerçek anlamdaki ilk fabrika ise 1835 yılında bir dokuma fabrikası olarak İstanbul, Eyüp'te kurulan Feshane-i Amire ve üçüncü ve dördüncü pamuklu fabrikalarıdır.

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından kısa bir süre sonra başlayan sanayileşme çabaları kapsamında Osmanlı'dan devralınan 6 tekstil fabrikası, Sanayi Maadin Şirketi yönetimine verilmiş daha sonra devletin sanayiye geliştirme planları çerçevesinde bu tekstil fabrikaları Sümerbank'a devredilmiştir. Sümerbank, başta tekstil olmak üzere, deri, boya, kimya, halı, porselen, kâğıt, demir-çelik ve çimento fabrikaları kurarak ülke ekonomisinin sanayileşmesinde öncülük etmekle kalmamış; özellikle yurt içinde ve yurt dışına okuttuğu talebelerle tekstil sanayisinin kurulmasında ve gelişmesinde ihtiyaç duyulan teknik eleman ve yöneticilerin yetiştirilmesinde de önemli bir rol oynamıştır.

1950'li yılların ortalarından itibaren devletin verdiği destekle, özel sektör Adana, İstanbul, İzmir ve Kayseri'de fabrikalar kurmuştur. Ayrıca devlet-özel sektör ortaklığı modeli ile Anadolu'nun muhtelif yerlerinde kurulan fabrikalar sayesinde Türkiye'de tekstil fabrikaları yaygınlaşmıştır. Yeni yatırımlarla birlikte tekstil ve hazır giyim sektörlerinin üretim kapasitesi iç talebi önemli ölçüde karşılamının yanında, ihracata da yönelmiştir. Netice itibarıyla 1950 yılında 47 milyon dolar mertebesinde olan tekstil ve hazır giyim ithalatı, 1960 yılında 28,5 milyon dolara düşmüş; aynı dönemdeki ihracat ise 107,6 milyon dolardan 944,6 milyon dolara çıkmıştır.

1980 yılında uygulamaya konulan ihracata yönelik kalkınma politikası ile tekstil ve hazır giyim sektörü hızla büyümeye başlamıştır. Bugün de bu sektörlerin büyük oranda ihracat odaklı oldukları söylenebilir. Bu bağlamda sektördeki mevcut kapasitelerin yurt içi talepten daha fazla olduğu dikkate değerdir.¹⁹⁶

17.11.3. Mesleğin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Ülke genelindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında, konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğinde esnaf siciline kayıtlı 23.221 iş yeri bulunduğu görülmektedir. Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğinin toplam üretim ve katma değeri ile ilgili verileri meslek bazında elde

¹⁹⁶ Ekonomi Bakanlığı, "Hazır Giyim Sektör Raporu" <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-051190> , s. 1 (Erişim Tarihi 30.7.2016)

etmek kolay değildir. Sektörel bazda bazı verilere ulaşmak ise mümkündür. Örneğin daha önce detaylı biçimde sunulmuş olan Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası (TTSİS) raporundan, TÜİK ve çeşitli kaynaklardan derlenen verilere dayanarak yapılan hesaplamayla, hazır giyim sektörünün bir bütün olarak 2013 yılı katma değerinin 36.5 milyon TL olduğu ve bunun da Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın (GSYH) %2.1'ine tekabül ettiği belirtilmiştir.¹⁹⁷ Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin çoğu küçük ve orta büyüklükteki işletmelerdir.

17.11.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Tekstil ve hazır giyim sektörleri Türkiye ekonomisinde istihdam açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası için hazırlanan “Tekstil ve Hazır Giyim Sanayisinin Türk Ekonomisindeki Yeri” başlıklı raporunda yer alan bilgilere göre, SGK 2013 verileri; Türkiye’deki toplam kayıtlı istihdamın %7.4’ünün, tekstil ve hazır giyim sektörlerinde çalıştığını göstermektedir. TÜİK verileri de 2013 yılı sonunda kayıtlı ve kayıtsız çalışan toplam 25.5 milyon kişinin 1.4 milyonluk, yani %5.5’lik kısmı da tekstil ve hazır giyim sektörlerinde çalışmaktadır. Bu rakamdaki hazır giyim sektörünün payına bakıldığında 477 bini kayıtlı, toplam 797 bin kişinin bu meslek etrafında istihdam edildiği görülmektedir.¹⁹⁸ Bu rakamın toplam istihdam içindeki payı %3’ün biraz üzerindedir.

Sektördeki işletmelerin ölçeklerine bakıldığında, tekstil ve hazır giyim sektörlerinde üretim yapan yaklaşık 53 bin iş yerinin %97 gibi ezici çoğunluktaki kısmının mikro, küçük ve orta ölçekte olduğu görülmektedir.¹⁹⁹ 2014 SGK verilerine dayanan Ekonomi Bakanlığı “Hazır Giyim Sektörü Raporu”na göre hazır giyim eşyaları imalatında faaliyet gösteren firma sayısı 35 bindir ve bu firmalarda istihdam edilen kayıtlı çalışan sayısı 500 bindir.²⁰⁰

Aşağıdaki şekilde, hazır giyim sektörün çalışan kişi sayısının iş yeri büyüklüğüne göre dağılımı verilmiştir. Burada da sektörde mikro ve küçük ölçekli işletmelerin yaygınlığı açıkça görülmektedir. Öyle ki, sektörde çalışanların neredeyse yarısı, yalnızca 1-3 kişinin çalışmakta olduğu iş yerlerinde istihdam edilmektedir.

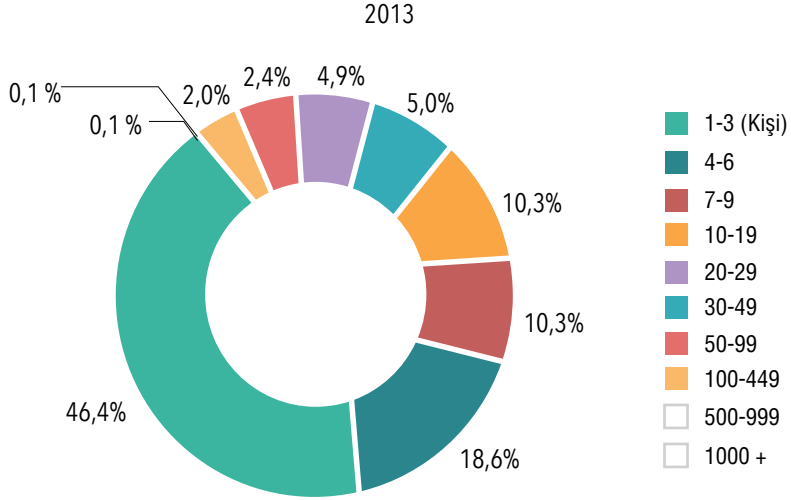
¹⁹⁷ <http://www.pgloab.com.tr/upload/THG%20Report%20Final%20Draft.pdf> , s. 11 (Erişim Tarihi 30.7.2016)

¹⁹⁸ <http://www.pgloab.com.tr/upload/THG%20Report%20Final%20Draft.pdf> , s. 13-14. (Erişim Tarihi 30.7.2016)

¹⁹⁹ A.g.k, s. 17

²⁰⁰ Ekonomi Bakanlığı, “Hazır Giyim Sektör Raporu”, s. 1. <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-051190> (Erişim Tarihi 30.7.2016)

Şekil 93. Hazır Giyim Sektörü Çalışan Kişi Sayısının İş Yeri Büyüklüğüne Göre Dağılımı



Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, Hazır Giyim Sektör Raporu

SGK verilerine göre 2015 yılı itibarıyla konfeksiyonculuk mesleğinde çalışan sigortalı esnaf sayısı 64991'dir. Bu çalışanların yaş ortalaması 42'dir. Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğini icra eden esnaf ve sanatkârlara kayıtlı iş yerlerine bakıldığında ise 23.221 kayıtlı iş yeri olduğu görülmektedir. Bu iş yerlerini açmış esnaf ve sanatkârın cinsiyete göre dağılımında, dörtte üçlük bir kısım erkekler; yalnızca dörtte birlik bir kısım ise kadınlar tarafından işletilmektedir.

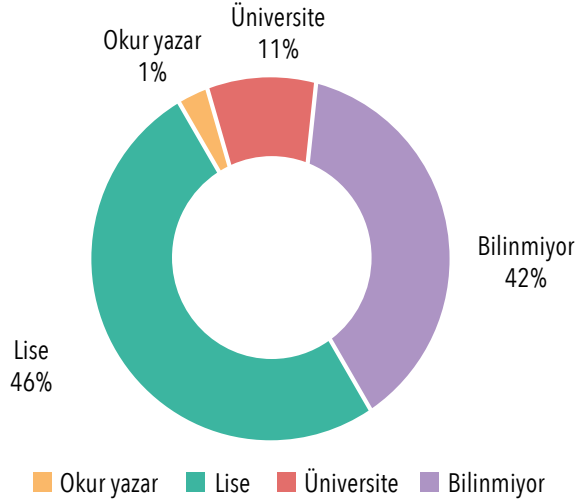
Şekil 94. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki, Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre, konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın yaklaşık yarısı lise mezunudur. %11'lik bir kısmın üniversite mezunu olduğu esnafın; %42'nin üzerindeki bir kısmının eğitim bilgileri bulunmamaktadır.

Şekil 95. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

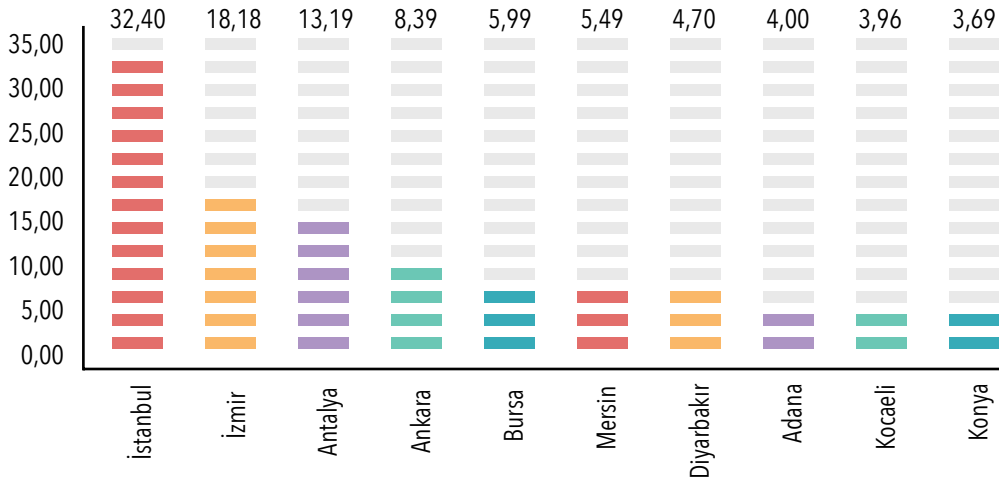


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

7.11.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârlara ait iş yerlerinin illere göre dağılımıyla ilgili verilere bakıldığında İstanbul'un yine açık ara ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Onu izleyen iller sırasıyla İzmir, Antalya, Ankara, Bursa ve Mersin'dir. Aşağıdaki şekil, esnaf ve sanatkârlar adına kayıtlı konfeksiyon iş yerlerinin illere göre dağılımında ilk 10 ili sıralamaktadır.

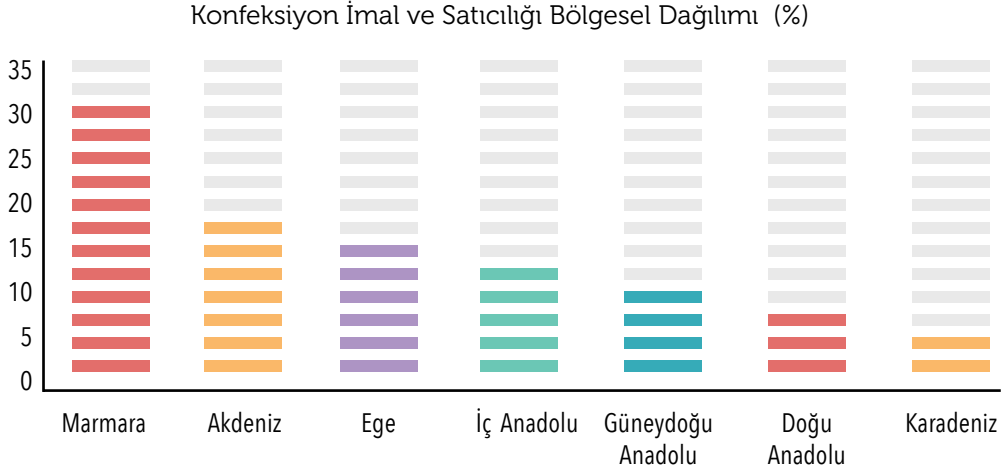
Şekil 96. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğindeki 23.221 iş yerinin yoğunlukla bulunduğu bölgeler ise, sırasıyla Marmara Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi'dir.

Şekil 97. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.11.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Türk hazır giyim sektörü, 2014 yılı itibarıyla %3.4 pay ile dünyanın 8. büyük hazır giyim ihracatçısı konumundadır. Aşağıda Tablo 65'te görüldüğü gibi ülkenin bu alandaki ihracat seviyesi son 10 yılda genel olarak bir artış trendi içerisinde. Buna iki istisna, 2008-2009 yılları ile 2015 yıllarıdır; bu dönemlerde hazır giyim sektöründe Türkiye'nin ihracatı düşüş kaydetmiştir. İlkini 2008 küresel ekonomik krizinin etkisiyle açıklamak mümkündür. 2015'te yaşanan %8,6'lık keskin gerilemenin nedenleri ise daha çeşitlidir. Bölgesel istikrarsızlık ve önemli alıcılardan biri olan Rusya ile ilişkilerin zedelenmesi bu nedenler arasındadır. İhracatta yaşanan bu düşüşe rağmen 2015 yılı hazır giyim ithalatı, yaklaşık 15 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Buna karşın aynı ürün grubunda yapılan toplam ithalat ise 3 milyar doların, yani ihracat miktarının %20'sinin altındadır.

İhracat ve ithalat yapılan ülkelere bakıldığında, hazır giyimde en fazla ihracatın Avrupa ülkelerine yapıldığı görülmektedir. Bunlar arasında Almanya açık ara en fazla ihracat yapılan ülke olurken, 2015'te Almanya'ya yapılan ihracatta da yaklaşık %20'lik bir gerileme kaydedilmiş olması dikkate değerdir. Hatta İspanya hariç olmak üzere, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ilk 5 ülkenin hepsinde 2015 hazır giyim ihracat rakamlarında önemli gerileme söz konusudur.

Tablo 65. Türkiye'nin Hazır Giyim Sektöründe İhracat ve İthalatı (Milyar \$)

	İhracat		İthalat	
	Miktar (Milyar dolar)	Değişim (%)	Miktar (Milyar dolar)	Değişim (%)
2005	11,5			
2006	11,5	0		
2007	13,5	+ 15,6		
2008	13,2	- 2,3		
2009	11,2	- 14,7		
2010	12,4	+ 10,3		
2011	13,5	+ 9,4	2,9	
2012	13,8	+ 2,5	2,3	- 20,9
2013	15	+ 8,1	2,8	+ 21,7
2014	16,3	+ 8,7	2,9	+ 2,3
2015	14,9	- 8,6	2,7	- 7,6

Kaynak: TÜİK, Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 66. Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı (1000 \$)

Ülkeler	2013	2014	2015	Değişim (14/15)
Almanya	3.115.131	3.321.488	1.687.549	-19,1%
İngiltere	2.055.205	2.354.640	2.093.158	-11,1%
İspanya	1.452.228	1.588.537	1.629.119	2,6%
Fransa	917.778	930.608	723.626	-22,2%
Holanda	778.611	812.877	700.841	-13,8%
Irak	512.877	609.029	699.566	14,9%
İtalya	604.541	600.158	514.545	-14,3%
Romanya	241.784	451.373	465.181	3,1%
Polonya	303.365	403.822	415.808	3,0%
Danimarka	481.862	488.460	390.863	-20,0%
Belçika	378.781	372.891	291.195	-21,9%
A.B.D.	229.003	236.434	273.442	15,7%
Ukrayna	282.443	274.407	271.427	-1,1%
Suudi Arabistan	214.242	243.342	240.997	-1,0%
İsrail	165.733	199.049	222.704	11,9%
Slovakya	125.308	151.460	211.542	39,7%
İsveç	267.355	267.339	199.444	-25,4%
Cezayir	139.231	136.130	173.570	27,5%
Rusya Federasyonu	300.814	260.570	159.280	-38,9%
Libya	112.229	120.892	148.095	22,5%
LİSTE TOPLAMI (İLK 20 ÜLKE)	12.688.530	13.823.504	112.511.952	-9,5%
AB-28 TOPLAMI	11.394.452	12.443.129	10.955.868	-12,0%
GENEL TOPLAM	14.959.139	16.256.751	14.855.534	-8,6%

Kaynak: TÜİK, Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

İthalat yapılan ülkeler arasında ise Çin, yine ilk sıradadır. Çin'den yapılan hazır giyim ithalatına yakın bir seviyede ithalat ise Bangladeş'ten yapılmaktadır. Bu iki ülke geleneksel olarak düşük maliyetli ve düşük kaliteli mallar satmasıyla bilinirken, Türkiye'nin en fazla hazır giyim ithal ettiği üçüncü ülke olan İtalya ise özgün tasarımları, yüksek kalitesi ve talep gören markalarıyla tanınmaktadır.

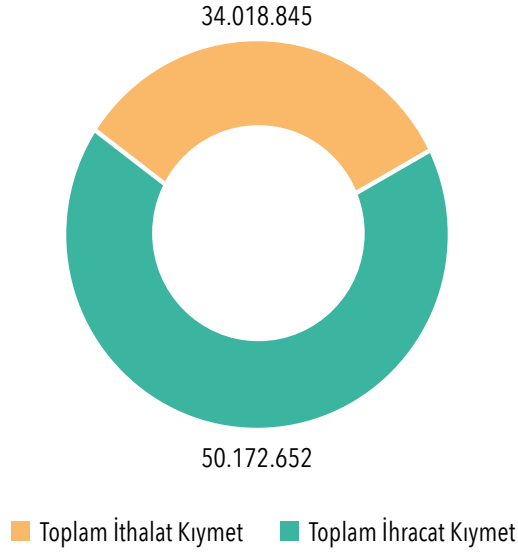
Tablo 67. Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İthalatı (1000 \$)

Ülkeler	2013	2014	2015	Değişim (%) (14/15)
Çin	829.573	828.250	752.948	-9,1%
Bangladeş	780.239	767.030	751.365	-2,0%
İtalya	145.894	160.260	143.197	-10,6%
Mısır	140.326	134.321	130.290	-3,0%
Hindistan	101.072	108.332	94.998	-12,3%
Kamboçya	63.312	94.013	83.667	-11,0%
Vietnam	68.782	84.629	75.334	-11,0%
İspanya	57.995	63.412	62.014	-2,2%
Gürcistan	37.944	54.463	60.118	10,4%
Fas	54.295	51.387	48.083	-6,4%
Mersin Serbest Bölge	36.951	47.832	46.023	-3,8%
Pakistan	30.991	39.229	43.662	11,3%
Sri Lanka	36.662	43.758	37.050	-15,3%
Portekiz	33.424	36.037	32.151	-10,8%
Romanya	34.257	38.194	31.428	-17,7%
Endonezya	31.204	30.436	30.361	-0,2%
Almanya	25.392	30.556	29.237	-4,3%
Bulgaristan	30.166	31.515	23.983	-23,9%
Tunus	30.395	21.204	15.046	-29,0%
İngiltere	16.459	14.612	14.080	-3,6%
Liste Toplamı (İlk 20 Ülke)	2.585.424	2.679.468	2.505.036	-6,5%
GENEL TOPLAM	2.804.143	2.867.795	2.650.578	-7,6%

Kaynak: TÜİK, Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi²⁰¹

Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr, 2015 yılında 50.172.652 dolar ihracat yapmıştır. Proje kapsamında incelenen meslekler arasında ise bu meslek tüm ihracatın %38,3'lük payına sahip olarak ilk sırada yer almaktadır.

²⁰¹ <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-051190> (Erişim Tarihi 30.07.2016)

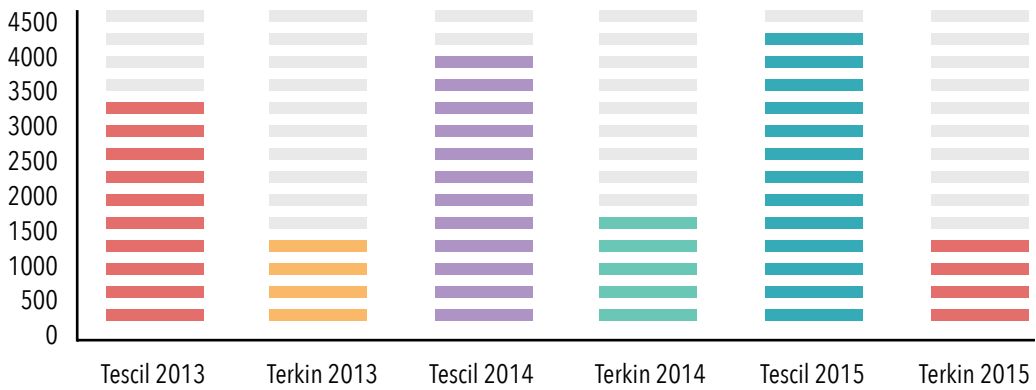
Şekil 98. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Konfeksiyon imal ve satıcılığı alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın 2015 yılı içinde yapmış olduğu toplam ihracat 50 milyon doları aşmış iken; toplam ithalat ise 34 milyon dolar civarındadır.

17.11.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında bir artış gözlenmektedir. 2013 yılında 3516 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 4082 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayıları ise 2013'te 1403 iken, 2014'te 1676'ya yükselmiş; bir sene sonra ise 1505'e gerilemiştir.

Şekil 99: Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.11.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın 2015 yılındaki toplam hasılatı 4.092.065.613,34 TL; toplam gideri 36.398.045.720,17 TL; toplam kârı 204.401.849,05 TL ve toplam zararı 71.084.931,66 TL'dir. Bu rakamlar deri, giyim ve ayakkabı sektöründe bu araştırma kapsamında incelenen meslekler arasında ilk sırada yer almaktadır. Toplam hasılatı bakıldığında, kapsam dâhilindeki 16 mesleğin toplam hasılatının %35'ten fazlası, konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğinde elde edilmektedir. Bu mesleğe en yakın durumda ikinci sırada bulunan tuhafiyecilik mesleğinin toplam hasılatı, konfeksiyon imal ve satıcılığının yarısından azdır.

Tablo 68. Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	134.031.338,00	790.942.741,00	4.155.108,00	516.425,00
ADIYAMAN	26.845.762,00	176.077.368,00	1.422.774,00	199.521,00
AFYONKARAHİSAR	11.619.632,00	86.725.892,00	537.032,00	194.055,00
AĞRI	26.686.874,00	233.566.384,00	1.094.194,00	36.785,00
AKSARAY	12.960.640,00	115.298.391,00	272.368,00	59.307,00
AMASYA	5.495.830,00	46.389.827,00	327.404,00	25.185,00
ANKARA	170.621.205,00	1.383.022.077,00	8.514.989,00	4.408.126,00
ANTALYA	187.588.762,00	1.319.655.141,00	8.529.921,00	5.094.529,00
ARDAHAN	4.469.084,00	45.951.595,00	167.783,00	2.460,00
ARTVİN	11.298.326,00	92.892.060,00	603.013,00	78.482,00
AYDIN	20.976.632,00	189.212.879,00	1.445.923,00	70.354,00
BALIKESİR	21.166.691,00	121.288.890,00	1.677.680,00	495.885,00
BARTIN	4.577.073,00	33.399.530,00	397.973,00	20.912,00
BATMAN	33.262.863,00	297.156.074,00	582.236,00	167.057,00
BAYBURT	3.847.847,00	28.701.978,00	234.728,00	-
BİLECİK	12.938.096,00	127.306.109,00	605.926,00	44.167,00
BİNGÖL	9.352.295,00	61.748.336,00	449.112,00	102.892,00
BİTLİS	14.686.099,00	98.605.640,00	731.785,00	42.470,00
BOLU	14.217.116,00	139.646.537,00	450.015,00	438.732,00
BURDUR	2.721.645,00	18.453.662,00	125.018,00	28.642,00
BURSA	141.951.303,00	1.279.854.693,00	10.009.888,00	3.797.053,00
ÇANAKKALE	25.560.541,00	192.037.025,00	1.863.084,00	726.960,00
ÇANKIRI	2.549.023,00	22.214.762,00	137.880,00	250.363,00
ÇORUM	22.262.051,00	186.695.609,00	1.164.848,00	314.682,00
DENİZLİ	46.439.485,00	470.759.599,00	3.176.096,00	211.454,00
DİYARBAKIR	52.075.083,00	402.438.377,00	3.070.829,00	168.872,00
DÜZCE	15.010.130,00	118.445.906,00	622.179,00	186.704,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
EDİRNE	6.201.843,00	44.716.839,00	542.975,00	199.970,00
ELAZIĞ	20.785.429,00	137.996.562,00	688.261,00	25.069,00
ERZİNCAN	8.096.883,00	64.820.291,00	432.618,00	37.261,00
ERZURUM	32.732.430,00	248.780.336,00	1.705.595,00	475.363,00
ESKİŞEHİR	13.411.242,00	107.962.877,00	969.564,00	67.776,00
GAZİANTEP	79.846.871,00	592.492.823,00	3.356.086,00	62.661,00
GİRESUN	7.866.483,00	55.578.745,00	442.724,00	60.802,00
GÜMÜŞHANE	3.801.867,00	32.450.151,00	119.892,00	-
HAKKÂRİ	4.738.222,00	21.267.433,00	227.100,00	19.218,00
HATAY	19.667.887,00	158.873.299,00	1.048.239,00	233.270,00
IĞDIR	4.622.741,00	34.638.510,00	199.157,00	34.855,00
ISPARTA	8.125.502,00	31.879.475,00	717.383,00	58.066,00
İSTANBUL	1.258.824.824,0	12.989.437.906,00	61.607.262,00	30.581.565,00
İZMİR	454.282.650,00	4.059.480.088,00	29.043.566,00	8.915.998,00
K.MARAŞ	55.105.292,00	458.353.925,00	2.799.475,00	46.901,00
KARABÜK	21.128.515,00	217.104.847,00	712.258,00	93.289,00
KARAMAN	5.272.994,00	56.898.692,00	203.094,00	3.180,00
KARS	5.141.241,00	26.401.029,00	627.440,00	35.556,00
KASTAMONU	11.091.901,00	79.287.442,00	523.523,00	39.728,00
KAYSERİ	37.326.194,00	307.350.954,00	1.788.043,00	407.291,00
KIRIKKALE	15.235.807,00	122.762.389,00	559.687,00	734.851,00
KIRKLARELİ	12.630.705,00	106.673.751,00	704.476,00	367.301,00
KIRŞEHİR	36.290.723,00	394.350.703,00	998.101,00	27.980,00
KİLİS	4.214.042,00	15.239.243,00	355.777,00	8.034,00
KOCAELİ	88.130.383,00	754.144.448,00	4.946.528,00	1.988.281,00
KONYA	106.921.257,00	1.060.190.168,00	3.646.539,00	953.535,00
KÜTAHYA	14.375.824,00	122.853.776,00	574.527,00	325.645,00
MALATYA	47.809.233,00	396.805.152,00	1.999.994,00	789.211,00
MANİSA	39.681.680,00	386.479.492,00	3.574.752,00	130.227,00
MARDİN	31.151.613,00	242.109.698,00	868.802,00	1.013.185,00
MERSİN	123.655.170,00	823.263.110,00	4.354.647,00	640.965,00
MUĞLA	12.980.982,00	120.647.027,00	851.922,00	201.303,00
MUŞ	10.491.649,00	54.843.338,00	413.323,00	7.475,00
NEVŞEHİR	9.423.977,00	84.186.528,00	301.007,00	103.907,00
NİĞDE	14.187.926,00	126.011.887,00	701.130,00	75.795,00
ORDU	8.753.889,00	93.548.166,00	312.068,00	15.859,00
OSMANİYE	15.543.965,00	90.757.783,00	820.557,00	8.896,00

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
RİZE	39.430.072,00	371.410.983,00	1.786.279,00	293.866,00
SAKARYA	45.865.389,00	368.216.786,00	3.212.129,00	1.225.376,00
SAMSUN	15.789.513,00	143.753.908,00	686.694,00	382.357,00
SİİRT	7.205.581,00	68.881.882,00	262.765,00	32.782,00
SİNOP	6.167.752,00	38.727.918,00	393.790,00	51.060,00
SİVAS	18.570.665,00	134.365.229,00	1.387.820,00	494.884,00
ŞANLIURFA	75.925.941,00	733.057.084,00	2.532.316,00	128.454,00
ŞIRNAK	16.497.714,00	146.526.918,00	624.698,00	66.014,00
TEKİRDAĞ	23.667.738,00	193.920.327,00	1.341.402,00	428.555,00
TOKAT	12.357.642,00	100.989.579,00	622.851,00	61.463,00
TRABZON	35.734.421,00	329.130.584,00	1.613.426,00	768.260,00
TUNCELİ	2.367.902,00	10.637.785,00	134.408,00	14.276,00
UŞAK	6.299.705,00	30.902.245,00	267.638,00	65.372,00
VAN	43.268.571,00	392.912.625,00	928.993,00	254.481,00
YALOVA	5.256.946,00	29.457.036,00	315.527,00	171.785,00
YOZGAT	29.379.514,00	301.668.013,00	949.445,00	56.896,00
ZONGULDAK	23.519.283,00	204.360.856,00	1.233.793,00	116.707,00

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.11.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanım ve Yenilik Düzeyi

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

Dünyada, özellikle gelişmiş ülkelerde çevre, kalite, sağlık vb. alanlarda yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak bu konularla ilgili çeşitli düzenlemelere ve uygulamalara gidilmektedir. Bugün, hazır giyimde en önemli pazarımız olan AB’de çevre ve sağlıkla ilgili olarak yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak, pek çok ürünün yanı sıra tişörtler için AB çevre etiketi geliştirilmiştir. Firmalarımız da son yıllarda bu gelişmeleri yakından takip etmekte ve çevre etiketlerine artan bir oranda ilgi göstermektedir. Buna bağlı olarak da kalite yönetim sistemlerine uygun faaliyet gösteren firmaların sayısı hızla yükselmektedir. Sektör Avrupa’da uygulamaya konan çevre ve sağlıkla ilgili düzenlemelere uyum sağlamıştır. Azo boyar maddelerle ilgili özellikle Almanya’da başlayan gelişmelerin bir sonucu olarak, 1 Mart 1995’den itibaren söz konusu boyar maddelerin Türkiye’de üretimi, kullanımı ve ithali ile söz konusu aminlerin boyar madde üretiminde kullanımı yasaklanmıştır.

17.11.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Konfeksiyon imal ve satıcılığı giyim sektörünün altındaki mesleklerden biridir ve doğal olarak ham maddesini temin ettiği tekstil sektörü ile yakın bir ilişki içindedir. Tekstil sektörü çeşitli meslek kolları aracılığıyla iplik ve pamuk gibi çeşitli ham maddeleri işleyip dokuyarak vb. yollarla kumaş hâline getirmekte ve konfeksiyon/hazır giyim sektöründe kullanılmak üzere satmaktadır.

Konfeksiyon sürecinin içerisinde ise pek çok alt ve ilgili meslek dalı bulunmaktadır. Bunların arasında en önemlileri şunlardır:

- konfeksiyon ürün yöneticisi,
- modelist, stilist,
- kesimci,
- kesim teknisyeni,
- kalıp teknisyeni,
- ilik düğmeci,
- makineci,
- zımbacı,
- meydancı,
- ütücü (ara, son, silindir, pres, el ile),
- konfeksiyon işçisi,
- konfeksiyon kontrolörü,
- konfeksiyon ürünlerini paketleme işçisi.

Üretilen ürünler çeşitli pazarlarda toptan ya da perakende olarak son tüketicinin kullanımı hedefiyle satılabileceği gibi, konfeksiyon imal ve satıcısı sipariş üzerine çeşitli sektörler için özel üretimler de gerçekleştirebilir. Bunlara örnek olarak çeşitli uniformalar, hobi ve spor aktivite giysileri, teknik alanlarda kullanılacak özel materyalden mamul ürünler (örneğin koruyucu tıbbi giysiler) vb. sayılabilir.

17.11.6. Mesleğin Rekabet Analizi

Konfeksiyon imal ve satıcılığı gerek istihdam ettiği insan sayısı, gerek meslekteki esnaf ve sanatkâr sayısı, gerekse dış ticaret hacmi bakımından ülke ekonomisinde çok önemli bir yer tutmaktadır. Hem iç piyasada hem de küresel piyasalarda çok çetin bir rekabete sahne olan hazır giyim sektöründe başarılı olmak isteyen aktörlerin, adımlarını çok dikkatli bir biçimde atmaları gerekmektedir.

• Firmaların Rekabeti

Yukarıda belirtildiği gibi Türkiye hazır giyim sektörü, 400 binden fazlası kayıtlı olmak üzere yaklaşık 800 bin kişi istihdam etmektedir. Firma sayısı da buna paralel bir şekilde çok

büyük olup yalnızca esnaf siciline kayıtlı olan esnaf ve sanatkârlara ait işletme sayısı 23 bini aşkındır. Böylesi bir durumda firmaların kendi aralarındaki rekabet çok yoğundur ve her bir firmanın bu ortamdaki rekabet gücü oldukça hassas dengelere bağlıdır.

- **İkame Malların Rekabeti**

İşletme sayısındaki fazlalığın yanı sıra hazır giyim sektörü, alternatif ürünlerin bolluğuyla da dikkat çekmektedir. Öyle ki, bu meslek kolunda hiçbir ürün ikamesiz, yani alternatifsiz değildir. Bu durum tedarikçileri de alıcıları da oldukça rekabetçi bir sektörün dinamizmine ayak uydurmak ve yalnızca işlev, kalite ve fiyat gibi geleneksel parametreleri değil, topyekun ürünler ve ürün grupları üzerinden de rekabet stratejileri geliştirmeye zorlamaktadır. Diğer bir deyişle, bir malın nitelikleri ve fiyatı üzerinden rekabet etmenin ötesinde, piyasanın ve modanın nabzını çok iyi tutarak hangi tür ürünlerin üretilmesi ve satılması/satın alınması gibi kararlar üzerinden rekabet stratejileri kurulmaktadır.

- **Tedarikçinin Gücü**

Yukarıda belirtildiği gibi üretici ve satıcı çok yüksek olan bu meslekte, herhangi bir tedarikçinin pazara hâkimiyet kurma şansı, kolay değildir. Belli segmentlerde ve ürün gruplarında dönemsel olarak hâkimiyet kuran tedarikçiler olsa bile, piyasada tutan bir malın benzerleri ya da alternatifleri hemen başka tedarikçiler tarafından da piyasaya sürülmektedir.

- **Müşterinin Gücü**

Konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleği her alım gücü seviyesine, her zevke ve her demografik gruba hitap eden mallar üretmektedir. Diğer bir deyişle, sektördeki alıcıların hangi kısmına hitap edeceğini üretici ve satıcılar belirli bir ölçüye kadar kendileri tayin edebilmektedir. Elbette ne kadar dar bir demografik ya da sosyo-ekonomik gruba hitap edilirse, alıcıların gücü bakımından rekabete etkileri de o kadar güçlü olacaktır.

- **Giriş Engeli**

Bu meslekte üreticiler için de satıcılar için de herhangi bir giriş engeli bulunmamaktadır. Üreticilik ayağı önemli bir miktar teknik ve mesleki bilgi gerektirse de, hukuki ya da mali açıdan mesleğe girişi caydıracak bir unsur bulunmamaktadır. Konfeksiyon satıcılığı ise finansal gücü olan herkesin yapabileceği bir ticaret koludur ve mesleğe girişin önünde finansmana erişim dışında hiçbir engel bulunmamaktadır.

17.11.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Hızlı teslimat
- Hedef pazarlara olan yakınlık
- Teknik, sosyal ve idari bilgi birikimi
- Tecrübe
- Geniş ürün yelpazesi ve tasarım kapasitesi

Zayıf Yanlar

- Kapasite kullanım oranının düşük olması
- Tasarım ve markalaşma konularında yeterli ilerlemenin sağlanamaması
- Sektörün ihracata bağımlılık derecesinin yüksek olması nedeniyle dönemsel krizlerden ya da istikrarsızlıklardan fazla etkilenme riski

Fırsatlar

- Hazır giyim sektöründeki büyük firmalar son zamanlarda yurt içinde ve yurt dışında mağazalaşmaya yoğunlaşmışlardır.
- Türk hazır giyim sanayisi esnek üretim yapısıyla, değişen moda eğilimlerine uyum sağlayarak yüksek katma değere sahip, modalı ürünler üretir konuma gelmiştir.

Tehditler

- İç pazarda Çin, Bangladeş, Hindistan gibi ülkelerden ithal edilen ürünlerin pazar payını artırması
- Coğrafi bölgemizde yaşanan siyasi istikrarsızlıkların devam etmesi durumunda ihracat seviyemizdeki düşüşün devam etme riski

17.11.8. Meslekteki Sivil Toplum Kuruluşları

Proje kapsamındaki mesleklerle ilgili hem kamu kurum ve kuruluşları hem de meslek kuruluşları raporun ilgili bölümünde yer almaktadır. Bunun dışında konfeksiyon imal ve satıcılığı mesleğiyle ilgili kurum ve kuruluşlar aşağıda listelenmiştir:

- Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)
- Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD)
- Konfeksiyon Yan Sanayiciler Derneği (KYSD)
- Ankara Giyim Sanayicileri Derneği (AGSD)
- Bebe Çocuk Konfeksiyon Sektörü Sanayici ve İş Adamları Derneği (BEKSİAD)
- Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği
- Penye Konfeksiyon ve İmalat Hazır Giyim Derneği (PENKON)- Gaziantep
- Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği
- İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
- İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği
- Denizli Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
- Türkiye Hazır Giyim Dernekleri Federasyonu
- Konfeksiyon İşçileri Derneği

- Türkiye Tekstil, Örmeye ve Giyim Sanayi İşçileri Sendikası (TEKSİF)
- Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği

17.11.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Hazır giyim ve konfeksiyon imal ve satıcılığı meslekleri, Türkiye ekonomisinde büyük yeri olan mesleklerdir. Makineleşmenin ve teknoloji kullanımının hızla arttığı bu iş kolunda hâlâ emek yoğun üretim yöntemleri ağırlıkta olduğundan, mesleğin büyük bir istihdam potansiyeli bulunmaktadır. Öte yandan rekabetin yalnızca iç pazar ve yerli rakiplerle sınırlı kalmadığı, her bir müşteri için dünyanın dört bir yanındaki rakiplerle mücadele etme zorunluluğunun bulunduğu meslek, talep eksenli ve çok dinamiktir. Bu meslekte daha büyük katma değerin tasarım ve markalaşma yoluyla elde edildiği de aşikârdır.

Türkiye'nin toplam ihracatında önemli yer tutan hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri kısa ve orta vadede bu niteliklerini sürdürecektir gibi görünmektedir. Ancak Türkiye'nin orta ve uzun vadede bu sektör için stratejik bir seçim yapması gerekmektedir. Mevcut üretim ve satış pratiklerini sürdürerek Çin, Vietnam, Bangladeş gibi ülkelerle mi rekabet edecektir, yoksa tasarım ve markalaşma konularına ağırlık vererek, ürün kalitesini artırarak ve pazarlama ve tanıtım araçlarını daha etkin kullanarak İtalya, Almanya ve Fransa gibi ülkelerin mi rakibi olacaktır? Sektörün dünya analizinin yapıldığı raporda detaylı olarak ele alındığı gibi, sorunun iki seçeneği var gibi görünse de Türkiye'nin verebileceği tek bir cevap bulunmamaktadır. Türkiye'nin konfeksiyon alanında ivedilikle tasarım, teknoloji kullanımı ve inovasyon konularına verdiği önemi artırması gerekmektedir.

17.12. Tuhafiyecilik

17.12.1. Mesleğin Tanımı

Tuhafiyecilik mesleği temel olarak bir satış mesleği olmakla beraber çorap, mendil, eldiven gibi giyim ile kurdele, dantel gibi giysi süsü ürünlerini temin eder; iş yerine nakliyesini sağlar ve satış fiyatlarını belirleyerek satışını yapar. Satışa sunulacak ürün çeşitlerinin tasnif edilmesi, fiyatlarını ve özelliklerini gösterir etiketler asılması, vitrin, reyon, raf düzenlemesi gibi işleri yapar ve müşterileri karşılayarak ürünleri gösterir ve özelliklerini anlatır. Satış yapılan ürünlerin paketlenerek müşteriye teslim edilmesini sağlar ve ücreti tahsil ederek satış işlemini tamamlar.

İŞKUR Tanımı: Tuhafiyeci, çorap, mendil, eldiven gibi giyim ile kurdele, dantel gibi giysi süsü ürünlerin satışının yapıldığı kendine ait iş yerinde, satış yapılacak ürünlerin temin edilmesini ve satışına ilişkin işlemlerin gerçekleştirilmesi işlerini kendi başına ve belirli bir süre içerisinde yapma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Proje'de Kullanılan Tanım: Düğme, toka, fermuar, mendil, çorap vb. giysi aksesuarları ile ufak giyim eşyaları satma işidir.

17.12.2. Mesleğin Tarihçesi

Türk Dil Kurumunun tanımı ile tuhafiyecilik “çerçilik” ile eş anlamlı kullanılmaktadır. Çerçilik tuhafiyeciliğin eski ismi olmakla birlikte tanım olarak kısaca tuhafiyeci; köy, pazar ve

benzeri yerlerde dolaşarak ufak tefek tuhafiyeye eşyalarını satan kimse²⁰² olarak tanımlanmıştır. Çerçiliğe halk arasında eşyaları yere yayarak ve dökerek sattığı için yaymacı ve dökmeçi de denmiştir. Evliya Çelebi, kendi dönemindeki çerçici sayısının İstanbul'da 300 kadar olduğunu belirtmiştir.²⁰³ Çelebi, çerçilerin ufak tefek eşya sattıklarını ve sattıkları mallardaki hilenin anlaşılmaması için kendi aralarında özel bir dil geliştirdiklerini söylemektedir.²⁰⁴ Kendi dil ve kültürünü oluşturması bakımından çerçilik, nadir görülen bir meslektir.

Çerçilik eski çağlardan beri icra edilen bir iş koludur. Mesleğin o dönemki önemlerinden biri de ulaşımın zor olduğu, alışveriş yapmanın kolay olmadığı yerlerde yaşayan insanların ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. At, eşek ya da katır gibi araçlarla tüketicinin ayağına giden çerçiler, her türlü doğa ve kötü şartlara direnerek işlerini yaparlardı. Bir makara iplik için kasabaya inemeyen insanların evlerine kadar gelen bu hizmet sektörü, geçmişte çok yaygın olarak görülürdü. Müşteriler, dikiş ipliği için pazarlık yaparken, ucuz ve hesaplı buldukları başka malları da ihtiyaçları olmadığı hâlde alırdı. Bu ticaret mantığı günümüzün süper marketlerinde hâlen uygulanır. Çerçiler takası da kabul ederdi; insanların evlerinde kullanmadıkları ya da değerini bilmedikleri eşyaları değiştirmesiyle iki taraf da memnun olurdu. Kazancı olan ve ihtiyaca hitap eden bu meslek kolu, artık günümüzde görülmemektedir. Şehirleşmenin etkisi ve köylerdeki nüfusun azalması ile çerçilerden ziyade, bir dükkânda faaliyet gösteren tuhafiyeciler yer almıştır.²⁰⁵

17.12.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Proje kapsamında değerlendirilen mesleklerdeki esnaf ve sanatkârın Türkiye ekonomisindeki yeri beş başlık altında incelenmiştir. Bu başlıklar; Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi, Mesleğin Bölgesel Dağılımı, Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli, Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri, Mesleğin Mali Durumu'dur.

2015 yılı itibarıyla Tuhafiyecilik mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr sayısı 24,992'dir.

17.12.3.1. İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Tuhafiyecilik mesleğinde sigortalı çalışan sayısı ise 16,896'dır. Bu çalışanların yaş ortalaması 44'tür.²⁰⁶ Aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere bu meslekte çalışanların cinsiyetlere göre dağılımı ise %28,93 ile kadın ve %70,63 ile erkektir. Kısacası bu meslek erkek yoğun bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır.

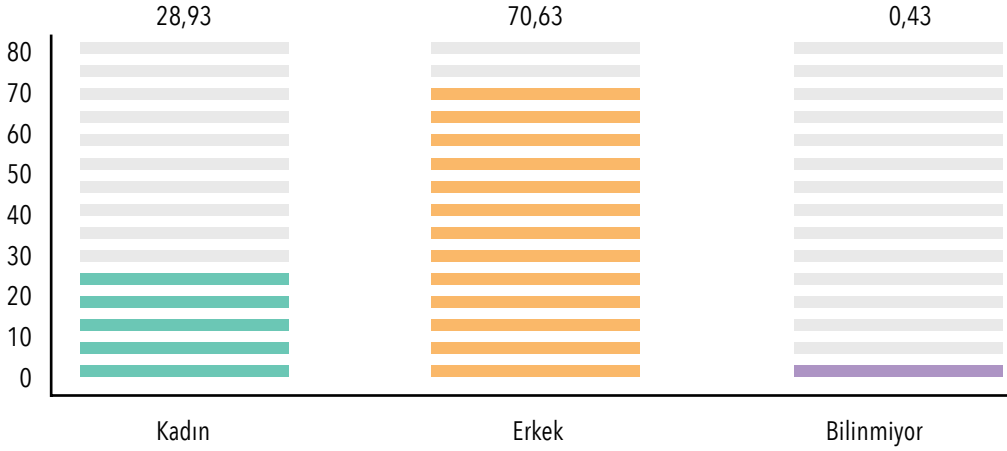
²⁰² TDK; http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5752ac13d-cf7d2.00971298 (Erişim Tarihi: 22.4.2016)

²⁰³ Diyarbakırlioğlu, M.A. Kaybolan Meslekler Son Ustalar, İstanbul Ticaret Odası

²⁰⁴ Age.

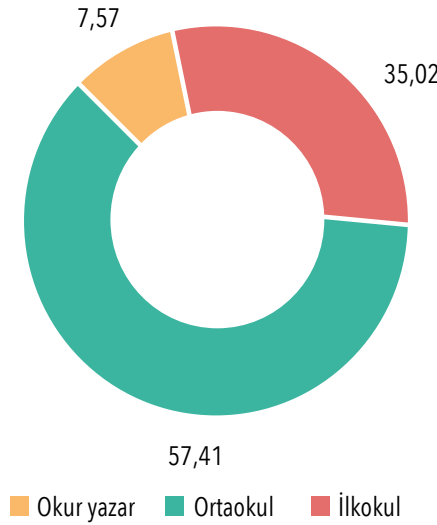
²⁰⁵ Age.

²⁰⁶ SGK 2015 Verileri

Şekil 100. Tuhafiyecilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Tuhafiyecilik mesleğini yapan esnafın eğitim durumuna baktığımız zaman, bu mesleği icra eden kişilerin çoğunlukla alt eğitim grubu sınıfından olduğunu görmekteyiz. Türkiye'deki tuhafiyecilerin % 57.41'i ortaokul mezunu, % 35.02'si ilkokul mezunu %7.57'si ise okur-yazardır.

Şekil 101. Tuhafiyecilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

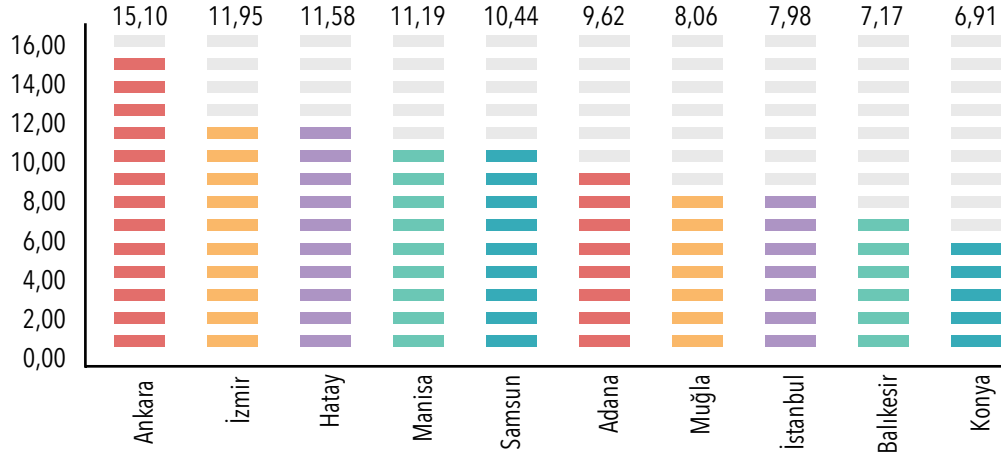
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.12.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Tuhafiyeci esnafın 2015 yılı illere göre dağılımına baktığımız zaman, en fazla tuhafiyecinin Ankara'da, ardından İzmir'de, üçüncü olarak da Hatay'da yer aldığı görülmektedir. Bu

meslek dalında faaliyet gösteren ilk 10 ile bakıldığı zaman da İç Anadolu, Ege, Marmara, Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinden illerin bulunduğunu görmekteyiz.

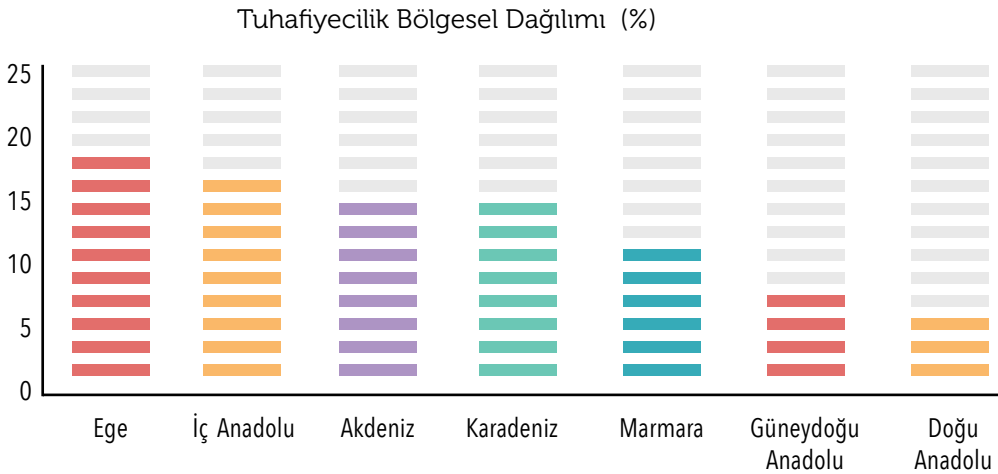
Şekil 102. Tuhafiyecilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Tuhafiyecilik mesleğinde esnaf ve sanatkârın en yoğun olduğu bölge yaklaşık %20'lik oran ile Ege Bölgesi'dir. Hemen arkasından İç Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz bölgeleri gelmektedir. En az tuhafiyecinin bulunduğu bölgeler ise, Marmara, Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu'dur.

Şekil 103. Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

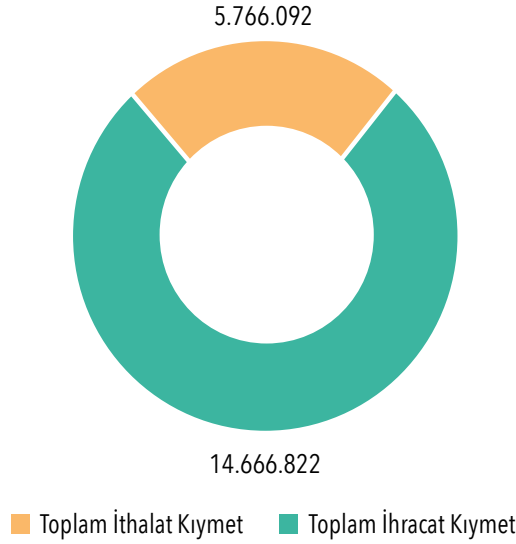


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.12.3.3. Dış Ticaret ve İhracat Potansiyeli

Tuhafiyecilik alanında faaliyet gösteren esnafın toplam ithalatı yaklaşık 14,6 milyon dolar; ihracatı ise 5,7 milyon dolardır. Bu da mesleğin daha çok ithalat ağırlıklı bir meslek olduğunu göstermektedir.

Şekil 104. Tuhafiyecilik Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

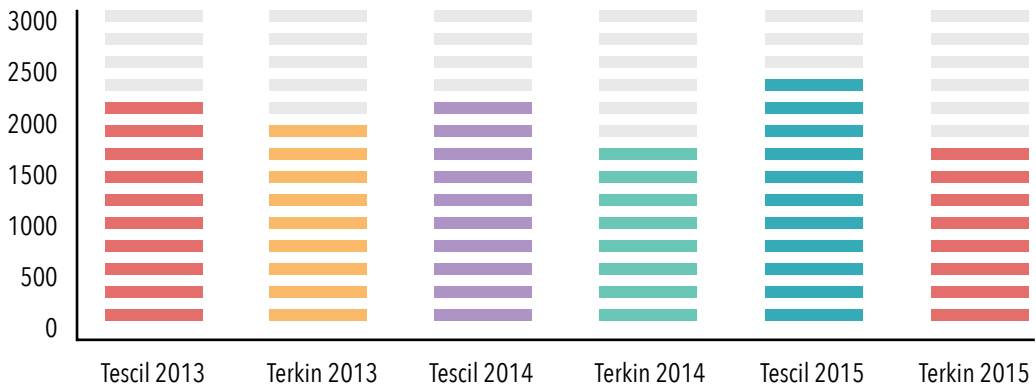


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.12.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Tuhafiyecilik mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında bir artış gözlenmektedir. 2013 yılında 2304 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 2465 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında 2014 yılında 2013'e oranla bir artış gözlemlenmekle beraber (Terkin sayısı: 2106), 2015 yılında düşüş yaşanmış ve 1728 terkin işlemi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 105. Tuhafiyecilik Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.12.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Tuhafiyecilik mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 2.025.814.871,07 TL; toplam gideri 16.197.513.263,44 TL; toplam kârı 115.115.024,96 TL ve toplam zararı 19.309.098,84'dir.

Tablo 69. Tuhafiyecilik Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	110.832.273,03	976.946.531,43	5.177.672,37	946.257,06
ADYAMAN	8.527.415,93	50.254.318,43	596.484,01	2.404,14
AFYONKARAHİSAR	31.729.380,51	267.572.703,49	1.895.529,96	93.532,33
AĞRI	8.533.760,61	80.541.302,56	300.612,39	25.266,35
AKSARAY	10.239.027,71	87.704.898,10	340.764,67	70.841,09
AMASYA	13.004.697,13	112.591.943,65	546.273,21	60.008,10
ANKARA	174.402.956,43	1.567.984.952,49	6.735.383,42	2.649.368,25
ANTALYA	36.753.018,36	297.341.288,10	2.116.957,90	740.645,49
ARDAHAN	127.255,11	13.077,10	21.861,12	-
ARTVİN	3.732.405,27	24.317.356,70	183.002,66	40.036,97
AYDIN	33.182.289,19	241.708.451,46	2.542.627,93	128.897,33
BALIKESİR	39.298.131,47	242.606.050,65	3.171.247,43	913.303,99
BARTIN	6.025.235,92	29.634.105,76	921.327,07	79.143,61
BATMAN	13.589.944,97	141.064.629,32	222.725,96	29.518,62
BAYBURT	287.523,64	18.905,45	18.373,26	-
BİLECİK	4.057.280,30	26.222.813,06	395.917,47	104.570,90
BİNGÖL	3.289.765,54	6.805.488,94	251.179,47	50.099,02
BİTLİS	2.498.596,20	5.963.002,79	224.116,32	9.832,97
BOLU	18.419.791,09	175.757.688,95	847.763,30	154.254,26
BURDUR	16.295.738,57	112.041.696,97	878.857,49	174.586,72
BURSA	62.216.708,10	562.742.359,10	3.539.761,14	616.713,81
ÇANAKKALE	12.481.593,94	79.548.766,09	951.465,28	28.600,30
ÇANKIRI	10.090.601,88	84.602.691,41	518.237,58	56.112,83
ÇORUM	13.860.658,83	79.238.244,09	821.214,94	174.532,37
DENİZLİ	33.909.074,23	301.155.710,58	1.908.974,29	269.790,46
DİYARBAKIR	18.125.457,14	163.117.580,27	1.243.228,10	12.696,88
DÜZCE	6.741.037,89	55.563.299,78	281.737,72	243.556,12
EDİRNE	4.264.535,83	22.520.328,44	529.307,63	137.833,40
ELAZIĞ	30.394.376,22	237.758.590,59	1.506.056,91	19.655,20
ERZİNCAN	2.334.473,65	5.787.412,71	199.936,06	20.235,31
ERZURUM	16.818.062,25	139.680.939,28	1.357.619,52	50.049,78
ESKİŞEHİR	50.088.363,79	419.431.785,26	3.242.571,44	389.325,92
GAZİANTEP	37.721.434,34	323.141.148,86	2.076.279,84	208.209,51

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
GİRESUN	18.899.832,70	171.123.208,94	965.563,70	114.558,87
GÜMÜŞHANE	3.873.033,68	32.354.912,22	221.485,82	20.644,41
HAKKÂRİ	3.396.961,01	25.175.707,83	143.278,90	1.631,22
HATAY	109.252.480,44	748.025.651,12	4.292.000,17	681.460,61
İĞDIR	1.253.337,13	5.947.346,76	70.096,27	20.417,74
ISPARTA	25.264.196,51	210.209.035,63	1.106.687,91	294.742,46
İSTANBUL	87.910.446,67	754.463.985,65	6.233.618,52	2.319.534,42
İZMİR	98.336.110,07	786.782.889,89	7.384.136,61	1.887.445,67
KAHRAMANMARAŞ	15.163.311,76	109.615.806,89	1.189.983,90	16.978,05
KARABÜK	10.737.474,66	80.004.987,33	664.756,66	190.394,37
KARAMAN	11.898.528,02	78.083.799,27	648.990,94	79.504,58
KARS	2.512.236,97	17.036.724,34	391.619,89	-
KASTAMONU	15.185.980,73	75.917.481,07	1.038.123,18	98.798,34
KAYSERİ	34.872.124,86	272.003.606,79	1.502.414,86	141.833,03
KIRIKKALE	7.557.926,32	40.764.802,42	507.696,87	56.293,11
KIRKLARELİ	1.797.537,41	1.170.210,23	265.898,16	51.356,71
KİRŞEHİR	6.445.018,90	43.634.352,45	599.157,85	-
KİLİS	3.984.538,84	14.225.715,43	438.893,44	3.017,19
KOCAELİ	28.842.205,85	240.967.980,42	1.307.488,16	287.608,58
KONYA	63.177.101,20	530.209.924,20	3.161.806,49	479.473,63
KÜTAHYA	14.998.093,12	93.685.649,78	1.213.938,78	45.811,86
MALATYA	17.801.679,36	122.186.651,67	854.335,75	95.047,21
MANİSA	66.877.185,25	491.191.322,97	6.101.144,22	582.248,43
MARDİN	10.932.025,82	57.894.769,56	493.808,44	60.549,30
MERSİN	31.987.805,17	218.761.178,81	2.485.726,64	208.522,56
MUĞLA	38.404.097,84	220.789.925,88	4.716.020,57	277.172,74
MUŞ	7.004.207,91	66.123.437,50	332.999,97	4.362,21
NEVŞEHİR	7.434.826,99	46.938.795,33	277.956,31	105.655,06
NİĞDE	6.645.363,98	35.500.983,68	516.746,71	208.961,72
ORDU	21.649.735,15	183.745.765,34	1.246.374,85	166.489,75
OSMANİYE	14.153.486,98	89.091.247,42	928.946,17	67.252,53
RİZE	13.667.385,78	129.300.096,54	550.485,62	13.252,46
SAKARYA	22.911.653,88	181.961.842,86	1.332.925,66	89.340,72
SAMSUN	137.797.005,43	1.292.985.986,13	4.634.026,04	776.519,95
SİİRT	13.010.397,70	98.096.602,45	602.797,44	25.227,13
SİNOP	6.433.761,08	47.888.787,63	566.983,29	54.396,78
SİVAS	15.323.730,63	148.710.091,97	722.705,65	196.619,39
ŞANLIURFA	29.291.580,03	236.495.182,74	1.750.786,88	28.516,66
ŞIRNAK	2.075.483,97	18.796.451,23	50.016,50	38.016,78

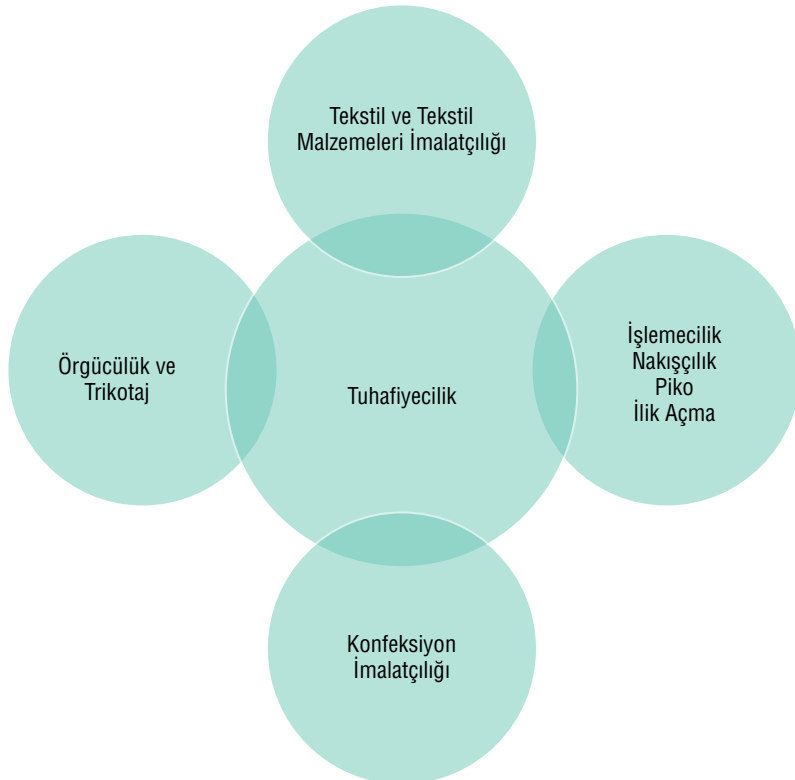
İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
TEKİRDAĞ	4.598.145,57	24.659.467,75	398.191,33	59.302,52
TOKAT	20.996.517,20	150.372.566,43	1.112.257,18	191.793,73
TRABZON	65.531.581,54	574.835.222,46	2.687.901,86	423.943,74
TUNCELİ	1.484.298,83	3.910.011,01	147.761,60	-
UŞAK	12.650.777,97	75.437.142,33	855.577,54	33.303,87
VAN	18.171.627,44	146.599.130,34	706.741,07	23.049,80
YALOVA	2.895.386,14	12.743.140,00	184.661,59	83.681,89
YOZGAT	19.632.040,43	145.683.842,27	806.919,86	35.893,07
ZONGULDAK	17.221.741,08	124.029.780,62	1.137.521,28	168.594,90

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.12.4. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Tuhafiyecilik mesleği tanımı itibarıyla bir satış mesleğidir; bu sebeple tekstil ve tekstil malzemeleri imalatçılığı, konfeksiyon imalatçılığı, örgücülük ve trikotajcılık mesleklerinin ürettiği ürünlere bağımlıdır. Bunun yanında işlemecilik, nakışçılık, piko ve ilik açma gibi meslekler de tuhafiyelerde satılan ürünleri kullandığı ve tuhafiyelerde satılması için ürünler ürettikleri için tuhafiyecilik mesleği ile yakından bağlantılıdır.

Şekil 106. Tuhafiyecilik Mesleğinin Diğer Mesleklerle İlişkisi



17.12.5. Mesleğin Rekabet Analizi

- **Firmaların Rekabeti**

Tuhafiyecilik mesleği, deri, giyim ve ayakkabı sektörleri göz önüne alındığında en fazla esnafı barındıran meslek dalıdır. Bu sebeple tuhafiyeciler arası rekabet yüksektir. Bunun yanında tuhafiyeciler AVM'lerle, süpermarketlerle ve cep marketlerle de yoğun bir şekilde rekabet etmektedirler. Konfeksiyon satıcıları da tuhafiyecilerin sattığı malları sattığı için tuhafiyecilerin rakipleri arasında yer almaktadır.

- **İkame Malların Tehdidi**

Tuhafiyecilerin sattığı malların ikameleri konfeksiyon satıcıları gibi birçok farklı dükkânda satılabilmektedir. Bu da müşterilerin diğer satıcıları tercih etmelerine sebep olabilmektedir. Özellikle AVM, süpermarket vb. Satıcılar, fiyat avantajını ellerinde bulundurdularından müşteri için daha cazip konuma gelmektedirler.

- **Tedarikçinin Gücü**

Tuhafiye ürünlerini üreten birçok üretici bulunmaktadır. Yani toptancıların sayısı görece çok olduğu için tuhafiyeciler tedarikçilerin karşısında güçlü bir konumdadır. Özellikle internet gibi kanalların da gelişmesiyle hem fiyat avantajı hem de kalite avantajı sağlayabilmektedirler. Bunun yanında küreselleşen dünyada tedarikçilerin çoğalmasıyla ürün farklılığı da arttığı için tuhafiyeciler gittikçe güçlenmektedir.

- **Müşterinin Gücü**

Tuhafiyeleri tercih eden tüketicilerin pazarlık gücü yüksektir. Bu bir bakımdan tuhafiyecilerin tercih edilme sebeplerinden biri de olmaktadır. AVM, süpermarket ve cep marketlerde bulunmayan pazarlık süreçleri tuhafiyelerde bulunmaktadır.

- **Giriş Engeli**

Sektörde hâlihazırda birçok tuhafiyeci olduğu için yeni girecek tuhafiyecilerin piyasada tutunmak için fizibilite çalışmalarını iyi yapması gerekmektedir. Bu bağlamda dağıtıcı ve tedarikçilere yakın noktalarda olmak ve tuhafiyecinin kolay erişilebilir bir yerde açılması önem taşımaktadır. Bunun yanında Türkiye'de iş yeri açmak için gerekli vergiler, bürokratik işlemler ve maliyetler de tuhafiyecilerin işe başlangıçta karşılaşacağı engeller arasında yer almaktadır.

17.12.6. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Tuhafiyecilikte ürün yelpazesi çok geniş olduğu için hitap ettiği müşteri kitlesi de çok geniştir. Bu sebeple bir müşterinin rafta gördüğü diğer ürünlerden de alması, kâr marjını ve satış potansiyelini artırır.
- Tuhafiyecilik mesleği esnaf sayısı yüksek olduğu için meslek örgütlenmeleri diğer esnaf meslek örgütlenmelerine göre güçlüdür.
- Sanatkârlık gerektiren bir meslek olmadığından mesleğin öğrenilmesi görece daha kolay olmaktadır.

- Ülkenin en küçük kasabalarına kadar yayılan bir meslek olması sebebiyle müşteri ile birebir ilişki geliştirilebilmektedir.
- Çerçilikten başlayarak gelen eski bir kültüre dayalı bir meslek olduğundan toplumun büyük kesimi tarafından tercih edilmektedir.

Zayıf Yanlar

- Tuhafiyeci esnafı genellikle işletmelerini yürütmede yenilikçi bakış yerine, geleneksel yaklaşımları tercih etmektedir; bu da gelişimi engellemektedir.
- Tuhafiyeci esnafının eğitim seviyesi çok düşüktür ve ticaret yapmak ve satış yöntemlerini öğrenmek için açılan eğitimlere rağbet göstermemektedirler.
- Meslek odalarına üye olan esnaf sayısı giderek azalmaktadır.
- Satış konusunda deneyimli yeterli sayıda kalifiye eleman bulunamamaktadır.
- Tuhafiyeci esnafı arasındaki iş birliği çok yetersizdir.

Fırsatlar

- Esnaf internet üzerinden kaliteli ve ucuz ürün takibi yapabilmektedir ve böylelikle kâr marjını artırarak rekabet gücünü artırma potansiyeli bulunmaktadır.
- Ulaşım ve lojistik faaliyetlerinin gelişmesiyle imalatçılara bir günde ulaşım sayesinde stoksuz çalışmak yaygınlaşmıştır. Bu sayede esnaf zararlarını en aza çekebilecektir.
- Tuhafiyecilerin birçoğu küçük aile işletmesi olması nedeniyle istihdam giderleri daha azdır.
- Türkiye hâlâ geleneksel el sanatlarının, örgü nakış vb. işlerin evlerde yapıldığı bir ülkedir. Bu sebeple tuhafiyecilik mesleğinin sattığı ürünler toplum tarafından hâlâ ilgi görmektedir.
- Pazarlık avantajını elinde tutmaktadır.

Tehditler

- AVM'ler ve cep marketler tuhafiyecilerde satılan malların birçoğunu içerdiği için tuhafiyecilik mesleğine karşı en büyük tehdidi oluştururlar.
- Kayıt dışı satış yapanlar yüzünden esnafın rekabet gücü düşmektedir.
- Çok fazla tuhafiyeci esnafı bulunduğu için bu esnaf arası rekabet de çok güçlüdür.

17.12.7. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Tuhafiyecilik mesleği çerçilikten gelen bir gelenekle günümüzde hâlen Türk müşterilerinin tercih ettiği bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple kısa vadede müşterilerin talebinin azalma ihtimali düşük görülmektedir. Fakat özellikle giderek artan oranda cep marketlerin sokak aralarına açılması ve bu zincir marketlerin fiyat avantajını ellerinde

tutması tuhafiyecilik mesleğini orta ve uzun vadede tehlikeye sokabilir gibi gözükmemektedir. Bu sebeple devlet kurumları konu ile ilgili önleyici tedbirler almalıdır. Bunun yanında tuhafiyeci esnafı da avantajı elinde tutmak için piyasayı takip ederek, internetten ucuz ve kaliteli tedarikçilere ulaşarak rekabet güçlerini arttırabilir. Her meslekte olduğu gibi tuhafiyecilik mesleğinde de yenilikler takip edilmeli ve sektörün ve piyasanın dönüşümüne kayıtsız kalınmamalıdır. Bunun yanında meslek odaları ve kamu kurumları satış teknikleri, ikna yeteneği, insan ilişkileri gibi konularda tuhafiyeci ve diğer satış elemanları için düzenli eğitimler düzenleyerek tuhafiyecilerin piyasada daha kalıcı olması için uzun vadeli yatırımlar yapabilirler.

Tuhafiyecilik mesleği genel olarak satış mesleği özelliğine sahip olduğu için imalatçıların etkilendiği her tür sorun tuhafiyecileri de etkilemektedir. Bu sebeple tedarikçilerin çeşitlendirilmesi imalat sektöründe olabilecek sıkıntılara karşı uygulanabilecek bir stratejidir.

Tuhafiyecilik mesleği 3308 sayılı Kanun kapsamında ustalık belgesi verilen meslek kollarından biridir. Bu sebeple bu mesleği icra edebilmek için ustalık belgesi almak gereklidir. Tuhafiyecilik mesleği sanatkârlık değil, esnafılık mesleği olduğu için bu mesleğe başlayacak kişilerin el becerisinden ziyade satış ve ticarete olan yeteneği, iş yerinin dizaynı, müşterilerle olan iletişimi ve raf düzeni önemlidir. Bu sebeple tuhafiyecilik için ticaret ve satış eğitimi yeterlidir ve bunun için de 1-2 yıllık bir mesleki eğitim de yeterli olabilecektir. Bu sayede yetersiz kalan satış elemanı sayısı arttırılabilecek ve meslek dalına giren eleman sayısı da arttırılabilir.

17.13.1. Çeyizlik Tekstil Eşya İmal ve Satıcılığı

17.13.1. Meslek Tanımı

Çeyizlik eşya imal ve satıcıları genel olarak evlenecek çiftlerin ihtiyaçlarına yönelik ürünler hazırlarlar. Bu ürünler arasında çeyiz bohçası, dolap içlerine örtü, çeyiz havluları, çeşitli seccadeler, yatak başı, çeşitli cibinlikler, çeşitli kırlentler vb. bulunmaktadır. Çeyizciler ürünlerin modelini belirler, malzeme seçimini yapar, desen belirler ve çizer, süsleme tekniğini belirler, kesimini yapar, dikimini yapar, deseni kumaşa çizer, gerekli durumlarda işlemlerini ve süslemelerini yapar.²⁰⁷

İŞKUR Tanımı:

Bu meslek dalı ile ilgili İŞKUR sadece “çeyiz ürünleri hazırlama elemanı” adı altında bir tanımlama yapmıştır. Bu tanımlama aşağıdaki gibidir:

- **Çeyiz Ürünleri Hazırlama Elemanı:** İsteğe ve amaca uygun olarak çeşitli çeyiz ürünlerini hazırlayabilen kişidir.

Proje’de Kullanılan Tanım: Yeni evlenenlere yönelik dantel, nakış, mefruşat vb. ev tekstil ürünlerini üretme ve satma işidir.

²⁰⁷ İŞKUR, Meslekler Sözlüğü; <http://esube.iskur.gov.tr/Meslek/ViewMeslekDetayPopUp.aspx?uiID=7533.54>

17.13.2. Mesleğin Tarihçesi

Çeyizin tarihi Osmanlı Dönemi'ne ve 20. yüzyılın başlarındaki kanunlara kadar uzanmaktadır. 20. yüzyıl başlarında Osmanlı'da mahkeme kayıtlarında ve kanunlarda sözü edilen "yüz görümlüğü", geline yüz örtüsünün kaldırılması esnasında güvey tarafından verilen hediyeyi ifade ederken; "çeyiz" kadın tarafından kısa veya uzun zaman diliminde hazırlanıp kocasının evine getirdiği malı anlatır.²⁰⁸ Başka bir ifadeyle çeyiz, gelinin baba evinden kocasının evine götürdüğü elbise, eşya ve takımlardır. Hukuk terimi olarak ise çeyiz, kadının kendine ait olan ev eşyaları, elbiseleri ve kullandığı kaplar anlamına gelir. Osmanlı aile kararnamesi, erkeğin, çeyiz yapması için kadına hediye bulabileceğini, ancak verdiği para ile çeyiz yapması için kadını zorlayamayacağını ifade etmektedir. Babasının evinden getirmiş olduğu çeyiz, kadının kendi malı olduğu gibi damat tarafından, çeyizinin bir parçası olmak üzere kadına verilen mal ya da kadının şahsi malını oluşturmaktadır; zira verilen mallar hediye kategorisinde değerlendirilmektedir. Aynı şekilde hediye olarak kabul edildiği için yüz görümlüğü de kadının şahsi malları arasında yer almaktadır.

Çeyizcilik kadınların kendi aralarında takas ve imece usulü ile paylaşarak veya bireysel olarak yaptıkları emeği ifade etmekteydi. Fakat çeyizcilik daha sonralarda zamanın getirileriyle ticarete dönüşmüştür. Çeyizcilik kültürel bir miras olarak kabul edilmektedir.

Avrupa'da çeyiz geçmişi daha çok, "drahoma" şeklinde kadının erkeğe hediyelerini ifade eder. Avrupa'da faal uygulaması Orta Çağ'a denk gelen drahoma sayesinde zengin olan pek çok lord görebiliriz. Ancak özellikle Rönesans sonrasında drahoma, pek sık rastlanmayan bir uygulama hâlini almıştır.²⁰⁹

17.13.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

2015 yılı itibarıyla çeyizlik eşya imal ve satıcılığı mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkar sayısı 3672'dir. Bu bakımdan sektördeki 6. büyük meslek dalıdır.

Çeyizlik tekstil eşya, imal ve satıcılığı tekstil, giyim ve ayakkabı sektöründe 2.628 çalışan sayısı ile sektörün % 1,8'ini oluşturan bir meslek dalıdır. Bu meslek dalında faaliyet gösteren iş yerindeki esnaf ve sanatkarın yaş ortalaması ise 41'dir.

17.13.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

Çeyizlik tekstil eşya, imal ve satıcılığı tekstil, giyim ve ayakkabı sektöründe 2.628 çalışan sayısı ile sektörün %1,8'ini oluşturan bir meslek dalıdır. Bu meslek dalında faaliyet gösteren iş yerindeki esnaf ve sanatkarın yaş ortalaması ise 41'dir.

²⁰⁸ Çiğdem, Recep (2007). "20. Yüzyıl Başlarında Yüz Görümlüğü ve Çeyiz", Kültür Tarihimizde Çeyiz, (Ed. Gürsoy- Naskali, E. ve Koç, A.), s. 52-62, İstanbul: Picus Yayınları.

²⁰⁹ A.g.e.

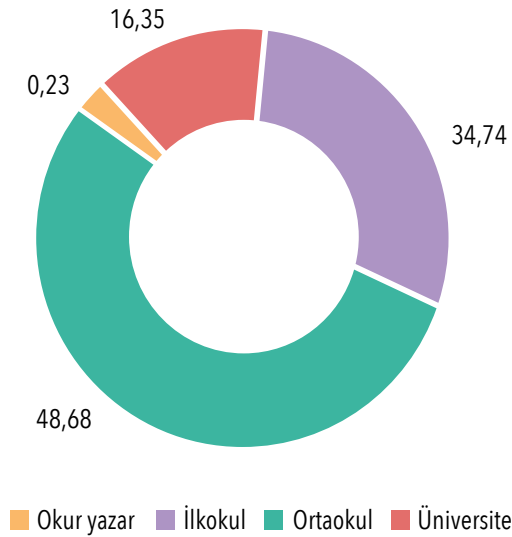
Şekil 107. Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere bu meslekte faaliyet gösteren iş yerlerinin %55,83'ünün kadınlara; %44,06'sının erkeklere ait olduğu görülmektedir. Kısacası bu meslek kadın yoğun bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında çeyizcilik mesleği ile uğraşan meslek erbablarının çoğunluğunun (%48,68), orta düzeyde eğitime sahip olduğu görülmektedir. Çeyizcilerin %16,35'i de üniversite mezunudur ve bu genel olarak o mesleğin eğitim düzeyini yükseltmektedir. Meslekteki ilkokul mezunu oranı ise %34,74'tür.

Şekil 108. Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.13.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Çeyizlik eşya imal ve satıcılığı esnafının 2015 yılı illere göre dağılımına baktığımız zaman, en fazla tuhafiyecinin Aydın'da, ardından Bursa'da, üçüncü olarak da İzmir'de yer aldığı görülmektedir. Bu meslek dalında faaliyet gösteren ilk 10 ile bakıldığı zaman da Ege, Marmara, İç Anadolu ve Karadeniz bölgelerinden illerin bulunduğunu görmekteyiz.

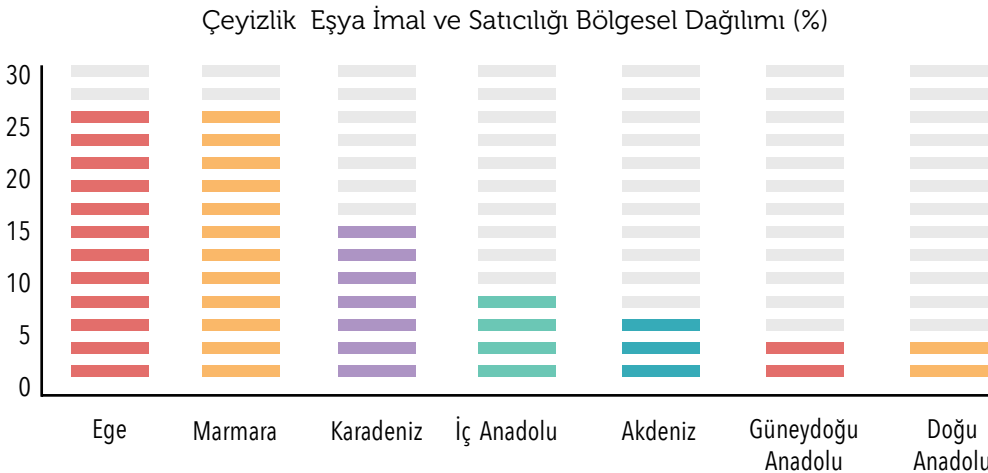
Şekil 109. Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın en yoğun olduğu bölge yaklaşık %26'lık oran ile Ege Bölgesi'dir. Hemen arkasından Marmara, Karadeniz ve İç Anadolu bölgeleri gelmektedir. En az tuhafiyecinin bulunduğu bölgeler ise, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu bölgeleridir.

Şekil 110. Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı (%)

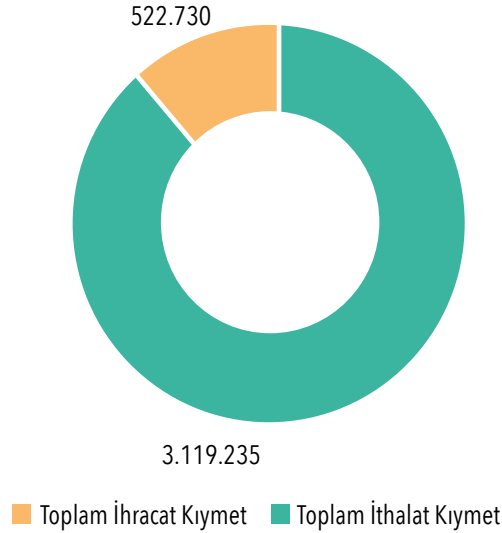


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.13.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Çeyizlik eşya imal ve satıcılığı alanında faaliyet gösteren esnafın toplam ithalatı yaklaşık 3,1 milyon dolar; ihracatı ise 522 bin dolardır. Bu da mesleğin daha çok ithalat ağırlıklı bir meslek olduğunu göstermektedir.

Şekil 111. Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

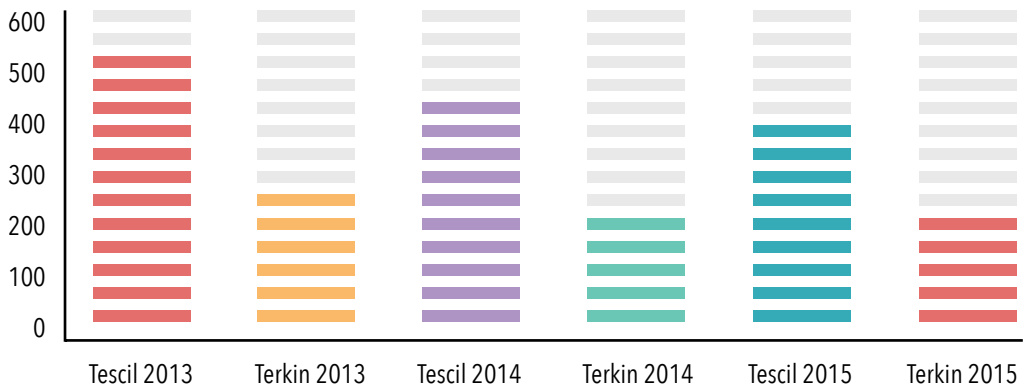


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.13.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı mesleğinde 2013'ten 2015 yılına kadar tescil sayılarında bir düşüş gözlenmektedir. 2013 yılında 550 iş yeri tescil ettirilirken, 2015 yılında 417 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında ise 2013'ten 2015 yılına kadar düşüş yaşanmıştır. Terkin sayıları 2013 yılında 294; 2014 yılında 270; 2015 yılında ise 263'tür.

Şekil 112. Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.13.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 248.969.997,73 TL; toplam gideri 1.918.569.856,37 TL; toplam kârı 14.214.303,95 ve toplam zararı 4.777.733,75 TL'dir.

Tablo 70. Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	1.083.453,25	2.067.464,08	77.472,48	38.478,72
ADIYAMAN	2.014.675,53	18.157.959,28	58.392,94	-
AFYONKARAHİSAR	976.324,95	4.567.918,29	129.210,38	12.240,97
AĞRI	433.235,78	4.552.042,77	22.649,33	1.786,04
AKSARAY	222.852,07	19.429,15	11.119,08	8.306,47
AMASYA	465.396,78	113.734,29	41.549,11	7.581,56
ANKARA	6.855.550,47	60.428.341,41	211.261,81	213.051,18
ANTALYA	3.716.468,66	32.529.791,68	208.030,75	12.183,30
ARDAHAN	24.785,81	4.905,71	2.128,43	476,13
ARTVİN	484.129,52	2.362.429,89	29.168,69	19.713,24
AYDIN	12.957.239,26	59.581.242,16	1.277.891,37	219.423,89
BALIKESİR	8.644.549,12	64.432.644,84	930.748,97	80.855,46
BARTIN	1.237.895,48	11.514.314,36	75.186,52	-
BATMAN	1.174.427,11	11.734.195,60	28.756,81	-
BAYBURT	20.000,00	-	2.447,96	-
BİLECİK	40.328,03	35.397,64	2.464,27	22.150,07
BİNGÖL	13.750,00	-	2.350,00	-
BİTLİS	104.557,35	5.867,90	3.362,42	-
BOLU	2.899.182,42	28.115.466,61	85.312,97	85.303,26
BURDUR	446.269,40	1.060.334,99	36.050,24	-
BURSA	23.883.704,90	177.624.467,20	1.352.782,93	441.762,78
ÇANAKKALE	4.086.840,76	25.689.599,83	309.582,05	126.549,62
ÇANKIRI	137.344,26	27.663,13	7.178,37	2.350,00
ÇORUM	1.278.441,47	21.824.551,05	106.242,53	92.245,32
DENİZLİ	8.685.542,92	61.154.032,40	721.472,17	10.300,87
DİYARBAKIR	2.261.202,77	20.212.385,37	150.509,65	-
DÜZCE	1.009.978,02	10.175.706,78	34.823,60	23.387,70
EDİRNE	827.625,11	2.713.121,87	55.314,32	5.221,29
ELAZIĞ	638.308,11	5.630.458,86	18.414,91	-
ERZİNCAN	225.897,16	46.009,72	31.200,38	816,05
ERZURUM	3.113.754,56	29.192.514,90	89.626,36	27.530,60

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ESKİŞEHİR	475.418,05	4.071.576,67	42.441,37	1.581,72
GAZİANTEP	3.956.684,22	38.178.260,34	201.926,33	2.746,97
GİRESUN	156.501,38	44.868,12	10.094,20	-
GÜMÜŞHANE	15.428,50	4.167,35	2.873,98	-
HAKKÂRİ	329.726,24	21.642,78	36.563,25	-
HATAY	2.014.699,51	14.778.779,81	145.476,35	-
IĞDIR	106.784,31	6.769,50	5.684,71	-
ISPARTA	189.642,46	13.603,18	23.486,60	-
İSTANBUL	33.292.648,63	308.305.477,76	1.011.914,81	888.569,80
İZMİR	28.690.480,10	236.897.193,77	1.254.813,12	377.655,76
KAHRAMANMARAŞ	1.000.474,77	5.039.906,54	120.846,53	-
KARABÜK	237.367,76	47.075,01	40.734,53	2.174,45
KARAMAN	136.307,62	17.249,80	20.502,72	-
KARS	333.595,23	1.289.653,28	36.338,28	-
KASTAMONU	376.008,09	43.316,05	65.620,80	-
KAYSERİ	1.339.132,78	11.599.835,95	34.044,53	11.419,66
KIRIKKALE	545.195,89	4.779.224,84	19.721,90	35.300,88
KIRKLARELİ	42.205,77	14.047,92	14.955,68	-
KIRŞEHİR	214.573,09	1.412.731,65	83.916,39	-
KİLİS	2.331.472,25	25.904.012,76	68.980,99	1.283,11
KOCAELİ	12.526.146,29	147.953.213,36	341.223,28	1.004.285,02
KONYA	10.547.771,34	90.751.613,42	531.258,09	172.872,16
KÜTAHYA	301.237,62	33.850,71	26.264,00	-
MALATYA	1.290.602,10	10.486.912,00	60.292,79	5.125,66
MANİSA	9.874.259,38	80.523.115,37	983.519,19	42.682,25
MARDİN	538.826,12	3.715.802,21	22.064,91	23.826,27
MERSİN	14.095.137,44	55.778.955,23	336.886,71	195.576,79
MUĞLA	7.375.392,22	58.222.446,57	516.212,52	220.287,34
MUŞ	851.801,73	8.855.214,04	21.843,29	-
NEVŞEHİR	44.972,00	3.462,79	2.764,75	-
NİĞDE	440.481,00	3.456.043,29	40.219,34	-
ORDU	1.914.735,78	15.761.434,87	231.655,81	4.229,56
OSMANİYE	385.856,31	54.246,53	80.528,40	12.004,71
RİZE	3.027.818,63	21.422.442,01	220.043,27	31.622,48
SAKARYA	1.708.607,75	7.662.216,40	219.896,41	53.789,86
SAMSUN	967.782,09	2.922.805,57	83.442,46	47.613,20
SIİRT	11.450,00	-	2.511,59	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
SİNOP	255.409,86	59.674,89	18.205,90	-
SİVAS	2.370.690,71	9.304.385,99	149.554,94	52.118,62
ŞANLIURFA	1.297.969,62	9.902.088,52	50.861,95	-
ŞİRNAK	8.469,58	440,00	2.157,08	-
TEKİRDAĞ	2.258.435,60	7.024.161,51	225.358,12	66.823,33
TOKAT	1.948.400,37	17.189.743,85	99.304,37	1.299,25
TRABZON	2.599.554,29	19.478.056,13	178.877,06	29.811,17
UŞAK	308.206,90	74.324,81	167.773,50	15.620,56
VAN	1.730.085,92	12.452.873,23	33.450,88	-
YALOVA	577.883,36	2.258.575,19	30.114,42	-
YOZGAT	3.163,00	-	1.476,00	-
ZONGULDAK	3.960.793,04	25.178.373,04	182.904,05	25.698,65

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.13.4. Meslekteki Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi

Çeyizcilik mesleği geleneksel olduğu kadar moda ve yeniliklere açık bir meslek dalıdır. Çeyizciler genel olarak sadece çeyiz malzemesi satmamakta; bebeklere yönelik ürünler, ev nevresimi vb. pek çok farklı ürün üretilmekte ve satılmaktadır. Dolayısıyla yalnızca yeni evlenenlere hitap edilmemekte, her evin ihtiyacı olan ürünlerin satılarak pazarın genişlemesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Çeyizcilerde, müşteriye gösterilmek üzere birtakım hazır mallar bulundurulmakla birlikte, satışlar çoğunlukla sipariş üzerine yapılmaktadır. Çeyizciler mümkün olduğu kadar ürün çeşitliliği yapmakta, ayrıca müşterilerin ilgisini çekmek üzere sürekli yeni ve yaratıcı ürünler ortaya koymaktadır. Çeyizciler günümüzde, ürünleri önceden üretmek yerine; zengin ve profesyonelce hazırlanmış kataloglar aracılığıyla müşterilerinden aldıkları sipariş üzerine üretim yaparak maliyetlerini alt seviyelerde tutmaktadır. Böylelikle üretilip satılmayan ürün riski ortadan kalkmakta; boş yere emek, zaman ve malzeme kullanılmamaktadır. Öte yandan, kısa süre içinde fazla talep gelmesi durumunda bu talebin karşılanamaması da bu yöntemin olumsuz yönü olarak not edilmelidir. Fakat kümelenmelerin olduğu yerlerde bu olumsuz yön olumlu bir yöne dönüşmektedir. Sipariş üzerine üretimin bir diğer önemli avantajı da, piyasada sıkça bulunan tek tip ürünlerdence daha kişiselleştirilmiş ve farklılaşmış ürünlere sahip olma olanağı tanınmasıdır. Günün hem tek tipleşmeyi dayatan hem de bireyselleşmeye ve farklılaşmaya kıymet veren ortamında sipariş üzerine iş yapan esnafın avantajlı konumu ortaya çıkmaktadır.

17.13.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Çeyizcilik imal ve işletmeciliği meslek dalı, tekstil ana sektörünün altında ev tekstili sektörünün bir parçası olarak görülebilecek olup, terzilik, perde ve mefruşat imal satıcılığı, yorgancılık, işlemecilik, nakışçılık ve pikoculuk gibi mesleklerle yakın ilişki içindedir. Çe-

yızcilik mesleğinin ham maddeleri kumaş, iplik ve aksesuar gibi malzemelerdir. Bu sebeple kumaş ve iplik üretiminin kaynağı olan tarım ve hayvancılık sektörüne de bağımlı bir meslek dalıdır.

Türk çeyiz geleneğinin bir parçası olan yastık ve yorgan üretiminin büyük bir çoğunluğu yorgancılar tarafından üretilmektedir. Bunun yanında mefruşatçılar, perde imalatçıları da çeyizcilere ürün satmaktadırlar. Terzilik ise dikiş yapan genel bir kategori olarak kabul edildiğinde, çeyizciliği de kapsayan birçok dikim mesleğiyle yakından ilişkili içindedir. Perde ve mefruşat üretimi vb. diğer meslek dallarının ilgili başlıklarında da belirtildiği gibi üretim ve satış stratejileri, çeyizlik eşya üretim ve satışında kullanılanlarla büyük paralellik göstermektedir.

17.13.6. Mesleğin Rekabet Analizi

- **Firmaların Rekabet**

Çeyizcilik mesleği esnaf sayısı bakımından çok fazla değildir. Fakat kayıt dışı üretim ve ev üretimi önemli rekabet kaynaklarıdır. Bunun yanında fabrikasyon üreticiler ve mefruşatçılar da sektördeki rekabeti arttırmaktadır.

- **İkame Malların Rekabeti**

Çeyizcilerin sattığı malların en büyük ikamesi, fabrikasyon çeyizliklerdir. Bu mallar hem yurt dışından temin edilmekte hem de yurt içinde seri üretim ile daha ucuza imal edilebilmektedir. Fiyattaki avantajları da müşterilerin hazır malları tercih etmelerine sebep olabilmektedir.

- **Tedarikçinin Gücü**

Çeyizciler ham maddeyi kolaylıkla temin edilebilmektedir. Yani toptancıların sayısı görece çok olduğu için çeyizciler, tedarikçilerin karşısında güçlü bir konumdadır. Bunun yanında küreselleşen dünyada tedarikçilerin çoğalmasıyla ürün farklılığı ve kalitesi de artmaktadır.

- **Müşterinin Gücü**

El işi çeyiz üreticilerini tercih eden tüketicilerin pazarlık gücü yüksektir. Esnaf mantığı ile çalışan bu dükkânlar, genelde müşteriye indirimler uygulamaktadır. Kısacası tüketicilerin pazarlık gücü bakımından rekabete avantajlı konumdadırlar.

- **Giriş Engeli**

Sektörde hâlihazırda çok fazla çeyizci olmadığı için, yeni girecek çeyizcilerin piyasada tutunması çok zor olmayacaktır. Fakat kolay erişilebilir ve geleneksel değerleri devam ettiren bölgelerde açılması önem taşımaktadır. Bunun yanında çeyizci açmak için gerekli belgeler ve iş yeri açmak için bürokratik işlemler ve maliyetler de çeyizcilerin işe başlangıçta karşılaştığı engeller arasında yer almaktadır.

17.13.7. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Emegin kalitesi ve yeni nitelikli eleman yetiştirmede yaşanan sorunlara rağmen nitelikli iş gücünün varlığı, sektörün güçlü yanlarının başında gelmektedir.
- Makine üretimi hazır ürünlerin artmaya başladığı bir ortamda, el emeği ürünü olarak esnafın ürettiği ve sattığı mallar kaliteleriyle öne çıkmaktadır.
- Kullanılan ham maddelerin kalitesinden, üretim sürecinde gösterilen özene kadar esnafın ürettiği ve sattığı ürünler daha sağlıklı bir alternatif olarak öne çıkmaktadır.
- Sanayileşen dünya düzeni ve modernleşme ile çeyizcilik her ne kadar unutulup silinme tehlikesi altındaysa da Türkiye’de hâlen çok tercih edilen geleneksel bir meslektir.
- Tasarıma ve yeniliğe açık bir meslektir.

Zayıf Yanlar

- Mevcut ulusal ve küresel ekonomik durum içinde yeterli sermaye ve finans gücüne sahip olmaması, sektördeki esnafın en zayıf yönlerinden biridir. Zira bu mesleklerde, ürün çeşitliliğinin sağlanması ve müşteri tercihlerine uygun olarak hızlı şekilde tedarik edebilme gücü önemlidir. Bu da ekonomik güç gerektirmektedir.
- Pek çok diğer sektör ve meslekte olduğu gibi, çeyizcilik ve mefruşatçılık mesleklerinde de geleceğe yönelik en önemli tehdit, yeterli sayıda nitelikli eleman yetiştirememektir. Bu durum hem bugün cırac ve kalfa bulmak konusunda sıkıntı yaşayan esnafın üretim sürecinde olumsuz sonuçlara yol açmakta, hem de yeni ustalar yetiştiremediği için gelecekte bu mesleği yok olmak riskiyle karşı karşıya bırakmaktadır.
- Emek yoğun bir sektördür ve bu yüzden müşterilerin pazarlık payı kâr marjlarını düşürmektedir.

Fırsatlar

- Teknolojik gelişmeler sayesinde bu meslekler hareketlenmiş, ürün yelpazesi ve ham maddeler çeşitlenmiş, sektöre önemli derecede bir dinamizm gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin bu sonuçlarını yakından takip edip geleneksel el emeği ile etkin biçimde birleştirebilen esnaf için hazır üretim yapan büyük firmaların dolduramayacağı bir alan açılmıştır.
- Fabrikasyon ve hazır üretim ürünlerin yaygınlaştığı günümüzde, bir yandan bu ürünlerin insan sağlığına olan olumsuz etkileri de öne çıkmaya başlamıştır. Bu bağlamda, önemli sayıda tüketici daha sağlıklı ürünlere yönelmeye başlamıştır. Kaliteli ve geleneksel nosyonlarla üretim yapan esnaf için bu eğilim, önemli bir fırsat teşkil etmektedir.

- Günümüzde atölyeler, halk eğitim merkezleri, bireysel satışlar hâlinde piyasa oluşturmaktadır.

Tehditler

- Yurt dışından gelen ucuz ve kalitesiz mallar büyük bir sorun teşkil etmektedir.
- AVM'lerin hem sayıca hem de bünyelerinde barındırdıkları ürün ve hizmetler anlamında büyümesi, esnaf açısından son derece zararlı sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle hızla dönüşen alışveriş ve tüketim kültürü içinde esnafın AVM'ler ile rekabette her geçen gün geriye düştüğü gözlenmektedir. Bu durum, bu sektördeki esnafın gelecekteki varlığı açısından da önemli bir tehdittir.
- Çeyiz geleneğinin modernleşme ile azalmaya başlaması bir tehdit oluşturmaktadır.

17.13.8. Mesleğe Özgü Sorunlar

Çeyizciler için belediyeler tarafından açılan meslek edindirme kursları sorun yaratmaktadır. Bu kurslar dikiş-nakış öğretmektedir ve buraları bitiren kişilere kolay ve hızlı bir şekilde meslek sertifikaları verilmektedir. Bu kişiler daha sonra kayıtlı birer esnaf olmak ya da mevcut esnafın yanında çalışmak yerine, evlerinden dikiş yapmaya başlamaktadır. Bu durum da kayıt dışılık problemini artırarak haksız rekabet yaratmaktadır. Bu tarz kursların odalara bağlanması ya da odalarla koordineli biçimde yürütülmeleri gerekmektedir. Bu şekilde odalar buralarda eğitim gören kişileri uygun ustaların yanına yerleştirebilecek, böylece; nitelikli işçi arayan esnafa destek olurken, istihdam yaratılmasına da katkıda bulunabilecektir. Çeyizcilikte evlerde yapılan kayıt dışı üretimin engellenmesi çok elzemdir.

17.13.9. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Çeyizcilik geleneksel olduğu kadar hâlen revaçta bir meslek dalıdır. Bu bağlamda tasarıma, moda ve gelişime de çok açıktır. Çeyizciler uluslararası ve ulusal eğilimleri takip edip yenilikler ortaya koyabildikleri sürece Türk halkı tarafından tercih edilecektir. Örneğin “Yumurtlayan Yastık” gibi moda ve inovasyon ürünleri (Bu ürün tek bir yastık olarak tasarlanmış görünen ama ihtiyaç hâlinde açılarak bir battaniye ve daha küçük bir yastığa dönüşme özelliği olan bir üründür), piyasada seri üretim yapan firmalar tarafından üretilmediği için çeyizcilerin cazibesi devam etmektedir. Çeyizciler bu şekilde ürün çeşitliliği sağlarken ve yeni ürünler tasarlarlarken, piyasanın özelliklerinin ve potansiyel müşterilerin ihtiyaçlarının dikkate alınmasının önemi bir kez daha ortaya koyulmaktadır. Fakat bu tip sipariş üretimi yapan meslek dallarının aşırı talepten dolayı üretime yetişememesi riski söz konusudur. Bu riski aşmak için ise çeyizcilik kümelenmeleri desteklenmelidir. Konya örneğinde görüldüğü gibi “Çeyizciler Çarşısı” pek çok çeyizcinin bir arada bulunduğu ve bu konuda alış veriş yapmak isteyen herkesin aklına ilk gelecek yer konumunda bir çarşıdır. Ancak bu durum herhangi bir planlama ve iş birliği içinde çalışmanın ürünü değil, sürecin doğal sonucu olarak ortaya çıkmıştır. İlk birkaç çeyizcinin burada açılması ve başarılı olmasının ardından yeni dükkân açmak isteyenler de bu bölgeyi tercih etmiş ve sayıları arttıkça, bölge bu konuda bir çekim merkezi olma özelliğini artırmıştır. Bu tip kümelenmeler doğal olarak gelişmenin yanı sıra, devlet destekleri ve belediye yardımlarıyla da gelişebilir.

17.14. Yorgancılık ve Hallaçlık

17.14.1. Mesleğin Tanımları

Hallaçlık mesleğinde temel iş, tokmak ile kirişe vurarak yünün atılmasını sağlamaktır. Bu işlem yapılmadan önce ve sonra da hallaçlar şu işleri icra ederler;

- Çalışma yapılacak yere yaygı sermek çalışma alanını hazırlamak,
- Hallaçlama işlemi uygulanacak (bitmiş) yünleri çıkartmak ve yığmak,
- Yünün içindeki işe yaramayan çaput ve benzeri, parçaları temizlemek,
- Hallaç yayının ipini (kirişi) germek, gerginliğini kontrol etmek,
- Gergin olan ipi (kirişi) topaklanmış olan yün ve kırpıntı yüne değdirmek,
- Atılan ve hallaçlama işlemi biten yünleri ayırmak, yığmak,
- Yayın kirişi koptuğunda yenisini gerdirmek suretiyle takmak,
- Çalışma alanındaki yün kırpıklarını süpürmek ve temizlemek.

Yorgancılık mesleğinde ise temel iş, hallaçlar tarafından hazırlanan malzemenin kumaş içine yerleştirilerek ve dikilerek yorgan hâline getirilmesidir. Yorgancılar müşterilerden gelen yorgan ve yastık siparişlerine göre malzemeleri temin ederek, dikilecek yorganın ölçülerine göre kumaşları kesmek; dikiş makinası ile dikmek ve yorganın çatısını oluşturmak; yorganın içine doldurulacak malzemeleri, çatının içine çubukla eşit şekilde döşemek; iç malzemesi döşenen yorganı kabaca teyellemek; yorgan iğnesi ve yorgan ipliği yardımı ile kenar sırasını çekmek; yorgan modelli yapılacaksa bunun çizim ve dikim işlemlerini yapmak gibi işleri yürütürler.

İŞKUR Tanımı: İŞKUR hallaçlık ve yorgancılık meslekleri için iki ayrı tanım yapmaktadır. Bu tanımlar aşağıdaki gibidir:

- **Hallaç:** Yay ve tokmak gibi aracı kullanarak yün ve pamuğun kabartılması, yumuşatılması ve ditilmesi işlemini yapan kişidir.
- **Yorgancı:** Çeşitli ebatlardaki yorgan ve yastıkların, modelli veya modelsiz olarak dikim işlerini yapan nitelikli kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Proje kapsamında ise bu iki meslek şu şekilde tanımlanmıştır:

- **Yorgancılık:** Yorgan, yastık, döşek, şilte vb. şeyler dikme ve satma işidir.
- **Hallaçlık:** Yünü ve pamuğu yay, tokmak ve makina gibi bir araçla ditme işidir.

17.14.2. Mesleğin Tarihçesi

- **Yorgancılık**

Yorgancılık mesleği Osmanlı'dan beri süre gelen bir meslektir. Osmanlı Dönemi'nde padişahların seferleri, şehzadelerin sünnetleri gibi vesilelerle düzenlenen şenliklerde geçiş

törenlerine katılan esnaf alayları arasında yer almanın yanında, minyatörlere dahi yansırı. Osmanlı saraylarında da görülen ipek ve kadife yorganlar, usta ellerde, zengin motiflere eklenen altın ve gümüş teller ya dakıymetli taşlarla dekoratif bir unsur olarak da kullanılırdı.²¹⁰

Bundan otuz yıl öncesine kadar geleneksel el sanatı ürünü yorganlar, her ailenin hem kendi evinde hem de gelin ve damat olacak çocukları için hazırladıkları çeyizde, olmazsa olmazlardan biriydi. Çocuk için beşik yorganı ve çocuk yorganı olmak üzere ayrı; büyükler için karyola yorganı gibi ayrı yorganlar dikilirdi. Yorgancılara verilen siparişler de, düğün mevsimi olması itibarıyla yaz döneminde daha çok yoğunlaşırdı. İşleri çoğalsa da yorgancılar bu durumdan memnundu çünkü bu sayede kendi geçimlerini sağlıyorlardı. Kıymet verilen bir meslek olduğu için talep ediliyor, yorgancı çıraqları, kalfaları yetişiyordu. Bir yorgan ustası bugünkü durumu ise şöyle ifade etmektedir: “Biz eskiden öyle çeyiz atardık ki, sadece bir çeyizde 100 kilo, 150 kilo pamuk kullanırdık. Şimdi yirmi-otuz kiloyla iş bitiyor. Eskisi gibi çeyiz kalmadı artık. Yani köy kısmı olmamış olsa bizim meslek öldü.”²¹¹

• Hallaçlık

İlk çağlardan itibaren insanlar olumsuz doğa koşullarına karşı giyinerek ve örtünerek korunmaya çalışmışlardır. Bu bağlamda hayvan derilerinden elde edilen postlarla başlayan örtünme, bugün kullandığımız yorgan battaniyelere doğru zaman içinde gelişmiştir. Hallaçlık yorgancılıktan tamamen bağımsız bir meslek alanı değildir. Hallaçlık bölüm olarak, yorganın öncesindeki aşamadır. Yorgan; örtünmeye yarayan ve içini pamuk, yün kuş tüyü vb. maddelerle doldurup dikilmiş bez bir kılıftan oluşan örtü olarak tarif edebilir. Yorganın içine konularak pamuğu kabartma işine hallaçlık denilir. Çoğu yorgancı, hallaçlık mesleğinin de kendi meslekleri olduğunu söyler. Hallaç; yatak, yorgan ve yastıklarda bulunan pamuk ve yünü, bir yay veya tokmak yardımıyla kabartan kimsedir. “Hallaç pamuğu gibi atmak” deyimine de, özünde bu iş kaynak olmuştur. Hallaç, yorganın astarı hazırlandıktan sonra içine girecek olan pamuk ya da yünün hazırlanması aşamasında “yay” dediğimiz alet ile elyaflama işi yapar. Yay, yün ya da pamuğun içine doğru uzatılıp kırışına ilet adı verilen tokmakla vurulur. Bu esnada “tın tın” diye bir ses çıkarır.

Yorgancılığın içinde olan bu eylem daha sonra seyyar olarak mahalle aralarında yapılan bir iş kolu hâline gelmiştir. Diğer bir ifade ile yorgancının seyyar hâli olmuştur hallaçlık. Hallaç evden dışarı çıkamayan halka hizmet veren kimsedir. Hallaçlar yatak yorgan ya da yastığın pamuğunu çıkarıp elyaf hâline getirir sonra da aynı yerde tekrar dikerlerdi. Pamuğu atılan yorgan ya da yatağın dikiş işlemini hallaca ek para vermemek için ev halkı yapabiliirdi. Sonraki dönemlerde de zaten hallaçların yaptığı işi, makineler yapmaya başlayacaktı.

“Düm teke düm tek” düzenindeki tokmak vuruşları, Türk halk müziğimizde “hallaç usulü” olarak yerini almıştır. Yakın geçmişte ara sıra sokak aralarında rastladığımız bu ustalar, artık pek görülmemektedir. Tekstil tezgâhının atölyelerden büyük fabrikalara dö-

²¹⁰ İnatla Yaşatılmaya Çalışılan Geleneksel El Sanatlarımızdan Biri: Yorgancılık, Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,73680/yorgancilik.html>

²¹¹ İnatla Yaşatılmaya Çalışılan Geleneksel El Sanatlarımızdan Biri: Yorgancılık, Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,73680/yorgancilik.html>

nüşmesiyle dev makinelerin pamuğa olan talebi de fazlasıyla artırmıştır. Bu durumda bu büyük talebin arzını, yine büyük makineler yapmak durumundadır. Hallaçlık ve yorgancılık, küçükbaş hayvancılığın yapıldığı sahalarda az da olsa görülse de, günümüzün hızlı endüstrileşen koşullarında unutulmuş ve ansiklopedilerden bakılarak hatırlanacak meslek kolları arasına girmiştir.

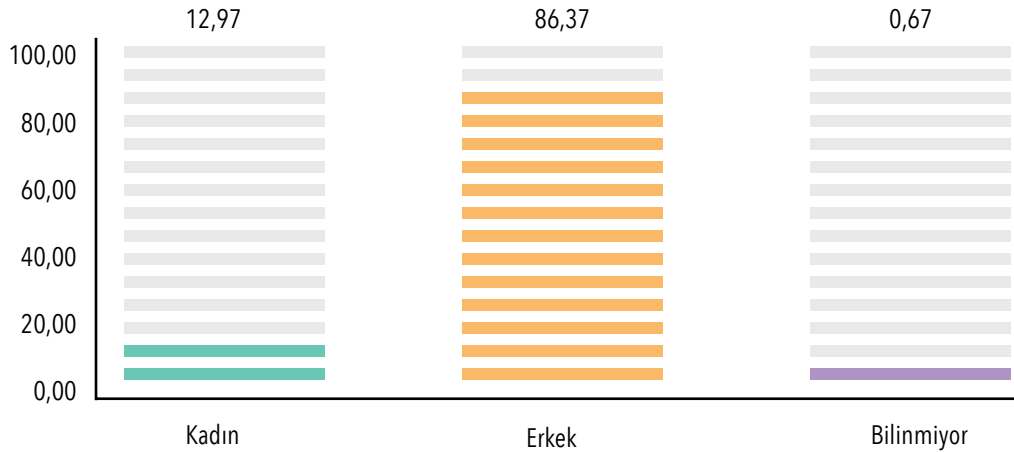
17.14.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

2015 yılı itibarıyla yorgancılık ve hallaçlık mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr sayısı 1797'dir. Bu bakımdan sektördeki en küçük 5. meslek dalıdır.

17.14.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

2015 yılı itibarıyla yorgancılık ve hallaçlık mesleğinde çalışan sigortalı sayısı 608'dir.²¹² Bu meslek dalında faaliyet gösteren iş yerindeki esnaf ve sanatkârın yaş ortalaması ise 47'dir. Aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere bu meslekte çalışanların cinsiyetlere göre dağılımı ise %12,97 ile kadın; %86,37 ile erkektir. Kısacası bu meslek erkek yoğun bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır.

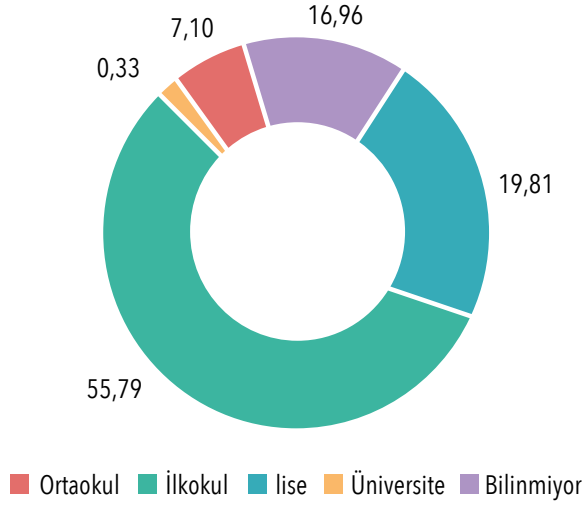
Şekil 113. Yorgancılık Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Çalışanların eğitim durumuna baktığımız zaman ise %55,79 ilkokul mezunu, %19,81 lise mezunu ve %7,10'unun ortaokul mezunu olduğunu görmekteyiz.

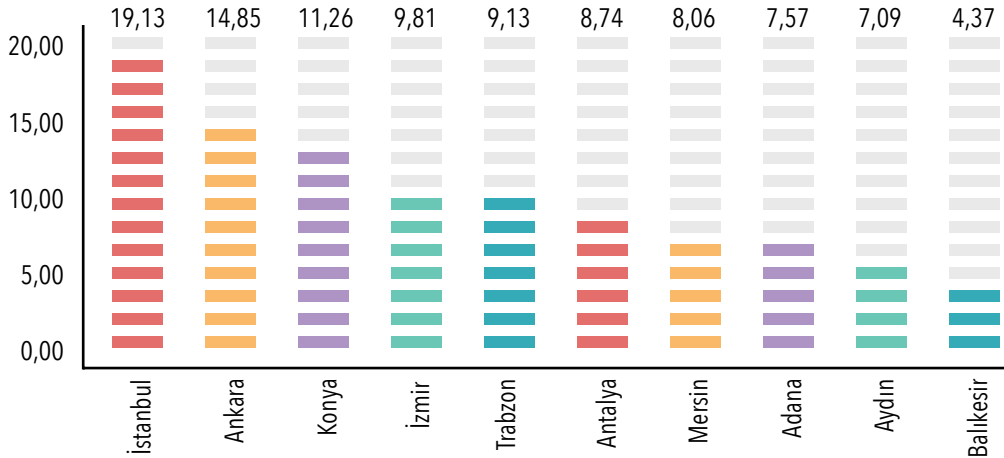
²¹² SGK 2015 Verileri

Şekil 114. Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

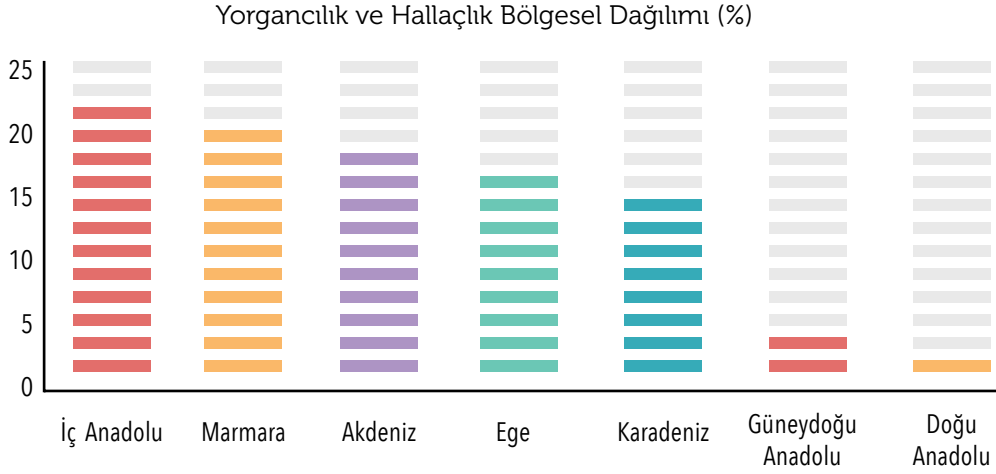
17.14.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Yorgancılık esnafının 2015 yılı illere göre dağılımına baktığımız zaman, en fazla yorgancının %19,13 ile İstanbul'da; %14,85 ile Ankara ve %11,26 ile de Konya'da yer aldığını görmekteyiz. Bu illerden sonra ise sırasıyla İzmir, Trabzon, Antalya, Mersin, Adana, Aydın ve Balıkesir gelmektedir. Bölgesel verilere bakıldığında ise en fazla yorgancılık ve hallaçlık esnafı İç Anadolu Bölgesi'nde; en az ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır. Marmara, Ege, Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde ise %16-18 civarında değişen oranlarda yorgancı bulunmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ise az sayıda esnaf bulunmaktadır.

Şekil 115. Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Şekil 116. Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

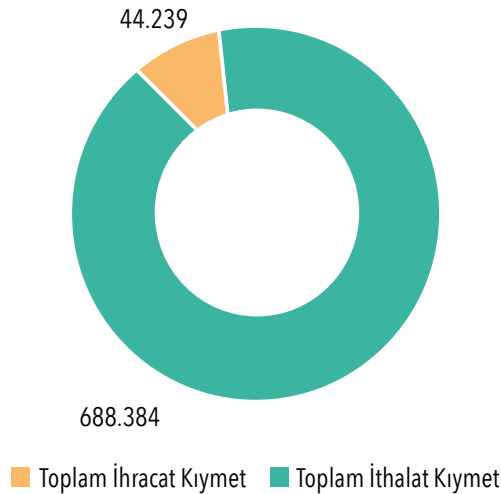


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.14.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Yorgancılık ve hallaçlık alanında faaliyet gösteren esnafın toplam ithalatı yaklaşık 688 bin dolar; ihracatı ise 44 bin dolardır. Bu da mesleğin daha çok ithalat ağırlıklı bir meslek olduğunu göstermektedir.

Şekil 117. Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Aşağıdaki tabloda Türkiye'nin yorgan, yastık ve uyku tulumu ihracat ve ithalat istatistikleri yer almaktadır. 2015 yılı itibarıyla yastık yorgan ve uyku tulumu ihracatının diğer ev tekstili ihracatındaki payı %1,7, ithalatındaki payı ise %22'dir. 2015 yılında yaklaşık 34 milyon dolar ihracat; 76 milyon dolar değerinde ithalat yapılmıştır. Bu oranlar 2014 sayılarına göre azalma göstermiştir.

Tablo 71. Türkiye Yastık, Yorgan ve Uyku Tulumu İhracatı (1000 \$)

Yastık, Yorgan ve Uyku Tulumları	2013	2014	2015	2014/15 Değişim	2015 Payı (%)
İhracat	57.357	43.880	33.963	-22,60	% 1,7
İthalat	103.320	112.625	76.218	-32,3	22

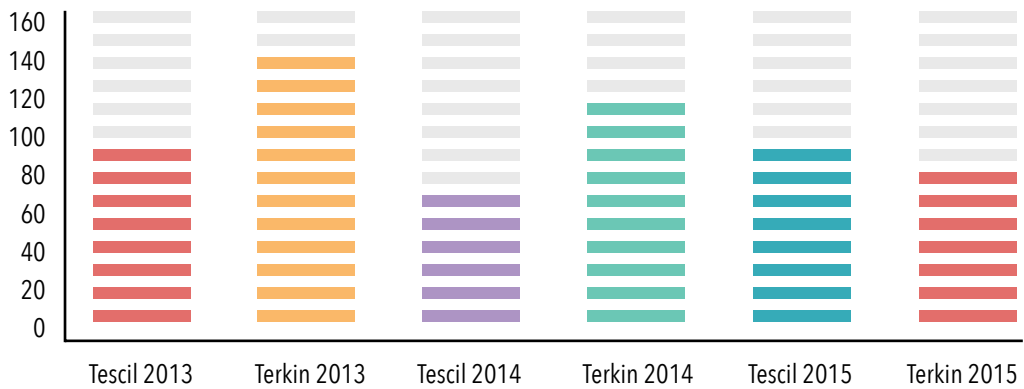
Kaynak: Ev Tekstil Raporu, Sektör Raporları, Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı.

Yorgancılığı bir sanat olarak icra eden tek ülke Türkiye'dir. Bu sebeple iyi bir pazarlama ile sanatsal değeri olan el yapımı yorganlar yurt dışına büyük bir ihracat potansiyel taşımaktadır. Özellikle son dönemde yurt dışında yükselen, tekstilde doğal ürünlerin kullanılması eğilimi, Türkiye'de de doğal yorgancılık ihracatı potansiyelinin geliştirilmesi için meslek odaları ve kamu kurumlarını birlikte çalışmaya zorlamaktadır. Özellikle bu konuda yurt dışı mefruşat fuarlarına Türk yorgancılarının katılımı için imkânlar sağlanmalıdır. Bu sayede mesleğe olan talebin artması ile mesleği icra etmek isteyen kişi sayısı arasında da doğru orantı olacak; mesleğin gelişmesi, dolayısıyla kaybolmaya yüz tutmuş meslekler kategorisinden çıkması sağlanacaktır.

17.14.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Yorgancılık ve hallaçlık mesleğinde 2013-2015 yılları arasına tescil sayılarında büyük bir değişiklik görülmemektedir. 2013 yılında 89 iş yeri tescil ettirilirken; 2015 yılında 93 iş yeri tescil ettirilmiştir. Meslekteki terkin sayılarında ise 2013'ten 2015 yılına kadar düşüş yaşanmıştır. Terkin sayıları 2013 yılında 148; 2014 yılında 126, 2015 yılında ise 90'dır.

Şekil 118. Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.14.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Yorgancılık ve hallaçlık mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 65.529.362,61 TL; toplam gideri 474.393.660,72 TL; toplam kârı 5.372.519,22 TL ve toplam zararı 1.430.425,84 TL'dir.

Tablo 72. Yorgancılık Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	1.838.684,72	11.269.487,08	196.445,32	391,26
ADİYAMAN	257.928,87	3.140.628,36	4.952,00	11.346,16
AFYONKARAHİSAR	531.618,64	5.186.712,04	33.833,77	27.352,59
AĞRI	292.807,71	76.521,11	16.081,22	-
AKSARAY	82.906,85	1.409.561,00	2.037,85	38.902,65
AMASYA	160.851,84	25.923,32	14.346,31	-
ANKARA	6.099.805,25	49.294.632,96	495.062,34	99.788,25
ANTALYA	1.247.144,41	287.964,50	255.141,48	16.950,48
ARTVİN	199.518,39	29.108,34	19.487,48	15.217,77
AYDIN	383.195,34	93.224,85	109.579,61	-
BALIKESİR	1.345.421,69	10.082.040,87	121.821,72	81.250,03
BARTIN	251.421,10	1.673.590,29	33.518,71	-
BİLECİK	104.376,17	393.097,44	14.670,23	-
BİNGÖL	5.077,88	-	2.790,00	-
BOLU	245.760,82	2.158.747,73	24.116,13	-
BURDUR	191.299,22	42.238,09	21.668,15	-
BURSA	235.855,48	57.023,30	55.375,40	18.476,07
ÇANAKKALE	356.824,76	49.736,44	29.159,41	635,17
ÇANKIRI	76.103,26	25.480,78	8.394,69	2.797,99
ÇORUM	96.339,05	2.147,54	10.189,52	-
DENİZLİ	609.089,49	6.097.765,50	59.452,98	50.971,73
DIYARBAKIR	19.772,21	3.900,00	2.022,21	-
DÜZCE	132.197,98	13.549,56	23.717,41	2.530,04
EDİRNE	47.536,14	7.278,01	6.971,49	-
ELAZIĞ	330.371,85	3.812.199,12	4.506,59	-
ERZURUM	15.495,00	175	7.500,00	-
ESKİŞEHİR	208.167,84	51.551,83	41.626,81	8.891,18
GAZİANTEP	47.062,46	15.298,65	14.621,85	-
GİRESUN	443.575,25	106.744,30	34.231,17	-
GÜMÜŞHANE	126.386,50	14.190,32	7.895,29	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
HAKKÂRİ	10.000,00	-	2.000,00	-
HATAY	1.199.111,18	71.637,02	94.282,88	-
İĞDIR	-	-	2.500,00	-
ISPARTA	273.250,21	44.639,49	57.217,53	-
İSTANBUL	6.126.356,55	37.699.488,36	647.157,42	718.262,26
İZMİR	1.884.611,87	22.601.290,29	294.118,90	37.972,04
KAHRAMANMARAŞ	148.964,31	21.230,96	26.769,53	-
KARABÜK	834.787,02	5.616.280,47	70.727,90	3.840,21
KARAMAN	104.505,60	10.113,96	23.099,59	-
KASTAMONU	162.569,21	56.305,14	23.789,18	-
KAYSERİ	253.287,62	39.318,26	24.572,72	4.160,67
KIRIKKALE	22.000,00	360	12.250,00	-
KIRKLARELİ	113.333,95	30.423,23	6.958,03	2.147,60
KİRŞEHİR	98.611,07	6.200,52	22.461,40	-
KİLİS	467.682,92	36.473,11	42.075,46	3.125,40
KOCAELİ	552.209,99	56.889,04	53.336,45	4.557,54
KONYA	11.512.944,85	108.890.182,92	533.848,30	79.919,99
KÜTAHYA	67.669,41	8.966,94	16.062,89	-
MALATYA	135.020,00	3.763,48	5.684,64	-
MANİSA	4.166.508,79	44.599.325,89	141.873,37	-
MARDİN	14.750,00	-	3.200,00	-
MERSİN	1.700.651,83	6.975.995,92	240.732,65	884,19
MUĞLA	883.451,96	2.863.968,42	226.686,75	9.141,80
NEVŞEHİR	870.331,24	7.550.516,41	36.368,08	50
NİĞDE	114.715,30	6.309,43	34.254,26	-
ORDU	161.484,48	20.166,66	23.936,14	-
OSMANİYE	119.858,44	4.344,53	39.767,86	-
RİZE	628.360,75	2.338.838,67	43.715,93	-
SAKARYA	1.712.957,26	14.295.182,99	106.239,66	-
SAMSUN	2.959.321,78	28.677.296,88	103.459,08	110.202,45
SİNOP	173.332,32	17.057,15	20.698,36	22.655,35
SİVAS	24.032,50	18.560,36	17.839,57	-
TEKİRDAĞ	68.432,55	17.273,81	11.970,46	10.750,00
TOKAT	139.679,97	12.648,80	19.649,10	-
TRABZON	9.260.778,74	86.824.487,88	448.164,24	24.002,58
UŞAK	114.037,44	14.225,64	15.782,74	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
VAN	3.850,00	-	3.850,00	-
YALOVA	70.830,54	46.782,85	3.280,93	19.305,58
YOZGAT	761.767,80	6.137.089,66	65.885,67	-
ZONGULDAK	1.630.716,99	3.359.507,25	135.034,41	3.946,81

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.14.4. Meslekteki Üretim Eğilimi, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi

Yorgancılık, çoğu zanaat dalı gibi usta-çırak ilişkisi çerçevesinde kuşaktan kuşağa aktarılan ve genellikle babadan oğula geçen bir meslek olarak varlığına devam etmektedir. Yorgancılar, mesleklerini, küçük yaşlarda girdikleri ustaların yanında önce malzemeleri tanıyarak sonra basit işler yaparak görenek yolu ile öğrenmektedir. Bir yorgancı çırağının kalfa olabilmesi için uzun zaman sabırla çalışması gerekmektedir. Yorgancılığın, Osmanlı İmparatorluğu Dönemi'ne kadar uzanan bir geçmişi ve kültürümüzde önemli bir yeri olsa da, bu meslek günümüzde kaybolmaya yüz tutmuş meslekler arasında görülmektedir.

Yorgancılıkta, başlangıçta 2 yıl süreli çıraklık; arkasından 2 yıl süreli kalfalıktan sonra ustalığa geçilmektedir. Yorgancılık mesleğine 1mx1m dikilen "talim yorganı" ile başlanmaktadır. Yorgancılık mesleğinde el kırmayı, yüksük ve iğne kullanmayı 2 ay içerisinde öğrenen çıraklar, talim ettikleri yorganın ebadını 1.60mx2.50m olarak büyütürler. Bu aşamada mesleğin sanatsal yönü henüz ortaya çıkmamakta; sadece düz dikiş atılarak yorgan dikimi yapılmaktadır. Bunlar genellikle günlük kullanım için dikilen yorganlardır. Aradan 1 yıl kadar bir zaman geçtikten sonra çıraklar yatak, kırlent, divan örtüsü dikerek mesleğe daha çok adapte olmaya başlamaktadır. Bu kişiler arasında sadece yetenekli ve pratik yapma imkânı olanlar, yorgancılığı sanata dönüştürebilmektedir.

Yorgancılık gelişen teknoloji karşısında güncelliğini kaybetme durumundadır. Kısa sürede çok üretilen ve ekonomik yönden çok cazip olan elyaftan yapılmaz hazır yorganlar, 1990'lı yıllardan itibaren sağlıklı yün ve pamuktan yapılan geleneksel el işi yorganların yerini almış ve makinelerle üretilen ev tekstil ürünleri hızla yayılmaya başlamıştır. Bu işle mesleklerini sürdürerek geçimlerini sağlayan, aynı zamanda zevk ve sanat ihtiyacını gideren yorgancıların sayısı her geçen gün azalmaktadır. Eskiden hemen her mahallede birden fazla yorgancı varken, artık şehirlerde birkaç yorgancı bulunmaktadır. Mevcut yorgancılar da kiralara nispeten daha düşük olduğu semtlerde çalışmaktadırlar. Yorgancılığın en fazla yapıldığı Kilis'te 1980'li yıllarda 150 atölyede 5000'in üzerinde kişi çalışırken; bu sayı 2005'te 700'lere gerilemiş, atölye sayısı 50'ye düşmüştür.²¹³

Bunun yanında el yorgancılığının da 2 ayrı alt dala ayrıldığı söylenebilir. Bunlardan biri "kaba yorgancılık" diğeri ise "sanat olan yorgancılık"tır. Kaba yorgancılıkta hiçbir este-

²¹³ Duvarcı, Ayşe, Kaybolan bir Kültür, Yorgan ve Yorgancılık Halk Bilimsel Bir Yaklaşım, <http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/DUVARCI-Ay%C5%9Fe-KAYBOLAN-B%C4%B0R-K%C3%9CLT%-C3%9CR-YORGAN-VE-YORGANCILIK-HALK-B%C4%B0L%C4%B0MSEL-B%C4%B0R-YAKLA%C5%9EIM.pdf> (Erişim Tarihi: 4.6.2016)

tik ve sanat kaygısı olmadan gerekli malzemelerin yorgana dönüştürülmesi söz konusudur. Sanat olan yorgancılıkta ise yorgan dikilirken el işi çok detaylıdır. Bu tip yorganların üretiminde çok titiz çalışılmakta, yeni motif ve desenlerle yorganlar âdeta birer sanat eseri hâline dönüşmektedir.

Geleneksel yorgancılık Türkiye’de müşteri odaklı yapılmaktadır. Müşteriye göre özel üretim yapan yorgancılar, genel olarak çeyizlik yorganları, sanat yorgancılığı şeklinde; diğer üretimleri ise biraz daha ucuza mal olan kaba yorgancılık şeklinde yapmaktadırlar.

Yorgancılık mesleği genel olarak geleneksel eğilimleri koruyan bir meslek dalıdır. Buna rağmen yastık, kırlent, şilte gibi üretimlerde yeni modeller de dikilmeye başlanmıştır.

Teknoloji kullanımı yorgancılık mesleğinde de sektöre girmiştir. Özellikle fabrikasyon yorgancılıkta bilgisayar sistemleri ve makinalar yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Örneğin; Kilis’te yorgan satışı web sitesi üzerinden gerçekleştirilirken, bilgisayar teknolojileri ile yeni tasarımlar yapılmaktadır.

Hallaçlık mesleği eskiden sadece el emeği ile yapılırken teknolojinin gelişmesi ile artık hallaç makineleri de bu işi yapar duruma gelmiştir. Yorgancılık mesleğini yapan birçok sanatkâr da hallaçlık mesleğini de icra etmektedir. Yorgancılık mesleği de el üretimi ve makine üretimi olmak üzere iki ayrı yöntemle üretilmektedir.

17.14.5. Diğer Meslekler Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Yorgancılık ve hallaçlık ev tekstil sektörünün altında yer alan iki meslek dalıdır. Hallaçlık, yorgancılık mesleğinde de kullanılmak üzere pamuk tiftme işini yaptığından bir nevi yorgancılık mesleğinin alt kolu olarak da görülebilmektedir. Bu iki meslek dalı da özellikle mefruşat ve çeyizcilik meslek dallarıyla da yakından ilgilidir. Türk gelenek ve göreneklerinde evlenen gelin ve damada çeyiz hazırlanması ve bu çeyizin içerisinde de yorgan, yastık, şilte gibi yorgancılık mesleğini icra eden sanatkârların el emeği ile ürettikleri malların yer alması olmazsa olmazdır.

Bunun yanında yorgancılık mesleğinin ham maddeleri pamuk, yün, elyaf, bez, kumaş ve ipliklidir. Bu sebeple tarım sektörü, hayvancılık sektörü, petro-kimya sektörü ile de çok yakından etkileşim hâlinindedir.

Yorgancılık mesleğinin birlikte iş yaptığı diğer tüccarlar şunlardır;

- Kumaş alımı için Çin’den veya Bursa’dan saten tüccarları,
- Bez alımı için Denizli’den veya Uşak’tan bez tüccarları,
- Pamuk, yün, polyester gibi madde üreticileri.

Yorgancılık mesleği çoğunlukla tek bir kişi tarafından icra edilmekle beraber mesleğin kapsadığı alt meslekler şunlardır;

- Hallaçlık (Günümüzde hallaçlık mesleği çoğunlukla teknolojik olarak makinalarla yapılmaktadır),
- Modellik,

- Desinatörlük,
- Fabrikasyona geçiş sonrasında makineleri kullanan ve bilgisayar programlarını kullanabilen çalışanlar.

17.14.6. Mesleği İlgilendiren Mevzuat: Kaybolmaya Yüz Tutan Meslek Kolları için Teşvikler

• Gelir Vergisi Muafiyeti

Hallaçlık, Gelir Vergisi Kanunu'nun 9. maddesine göre vergi muafiyetine tabi mesleklerden birisidir. Yorgancılık ise 2012 yılında bu Kanun'un 9. maddesine yapılan ekleme ile vergi muafiyetine tabi olmuştur. Değişiklik metni şu şekildedir;

“8. (Değişik: 31/5/2012-6322/4 md.) Bu Kanun'un 47'nci maddesinde yazılı şartları haiz olanlardan kendi ürettikleri ürünleri satanlara münhasır olmak üzere el dokuma işleri, bakır işlemeciliği, çini ve çömlek yapımı, sedef kakma ve ahşap oyma işleri, kaşıkcılık, bastonculuk, semercilik, yazmacılık, yorgancılık, keçecilik, lüle ve oltu taşı işçiliği, çarıkçılık, yemenicilik, oyacılık ve bunlar gibi geleneksel, kültürel, sanatsal değeri olan ve kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında faaliyette bulunanlar.”

Bu değişiklik ile adı geçen meslek sahiplerinin vergiden muaf olacakları hükme bağlanmıştır.

• Krediler

Yorgancılık ve hallaçlık kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında yer almaktadır. Bakanlar Kurulu Kararı ile Gelir Vergisi Kanunu'nun 9. maddesinin birinci fıkrasının (8) numaralı bendi yorgancılık ve hallaçlık meslek kollarını da içermiştir; bu alanlarda faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara kullandırılan kredilerde de %100 faiz indirimi uygulanmaya başlanmıştır. Bu esnaf ve sanatkârlar, hibe desteği almadıklarına dair KOSGEB'den yazı getirerek ve “Esnaf Vergi Muafiyet Belgesi” vererek 2015 yılından sonra banka kredileri için başvurduğunda %100 faiz indirimi almaktadır. Esnaf Vergi Muafiyet Belgesi Gelir İdare Başkanlığından temin edilir ve 3 yıl süre için geçerlidir.

Bunun yanında 3 yıllık ustalık belgesine sahip olup işletmesini son 1 yıl içerisinde açmış esnaf ve sanatkârlar ile kendi adına işletme kurduğunu belgeleyen esnaf ve sanatkârlara da %100 faiz indirimi almaktadır.

• AVM'lerde Yer ve Raf Tahsisi

29/01/2015 tarihli ve 29251 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un “Yer ve raf tahsisi” başlıklı 12. maddesinin ikinci fıkrasında, “Alışveriş merkezlerinde; geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az binde üçü oranında yer ayrılır. Bu yerlerin kira bedeli, rayiç bedelinin dörtte birinden fazla olamaz. Söz konusu meslekler, ilgili üst meslek kuruluşunun görüşü alınarak Bakanlıkça belirlenir ve ilan edilir” hükmü yer almaktadır. Bu bağlamda yorgancıların AVM'de dükkân açması kolaylaştırılmıştır.

- **11.06.2011 tarihli PTT Kargo ve Kurye Gönderileri Hakkında Yönetmelik**

Bu Yönetmelik, özellikle malını kargo yöntemi ile satan yorgancıları ilgilendirmektedir. Türkiye’de Kilis gibi iller, sipariş üzerine özel üretilen yorganları şehir dışına satmaktadır. Ancak söz konusu Yönetmelik ile, eskiden kilo üzerinden yapılan fiyatlandırma artık “desi”-yi (hacmi) de kapsamaktadır.

6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu’na göre, 30 kg’a kadar olan gönderiler Bilgi Teknolojileri Kurulunun onayına tabidir; 30 kg’dan fazla olanlar ise Karayolu Düzenleme Genel Müdürlüğü’nün onayına tabidir. Hizmet sağlayıcılar bunu deklare etmek zorundadır. PTT %100’den daha fazla oranda diğer firmaların altında fiyat uygulamaktadır. Örneğin; PTT’de 5 desi 11.30 TL iken, diğer firmada 24 TL’dir. 50 desi PTT’de 51.80 TL iken, diğer firmalarda en düşük 130.30 TL’dir. PTT’nin ölçü olarak desiye geçmesi, 2011-2012 yıllarından itibaren PTT’nin anonim şirket olmasıyla beraber ve 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu’nun uygulanmasıyla gerçekleşmiştir.

Gerek PTT’yi gerekse firmaları Karayolu Taşıma Yönetmeliği’nin 57. maddesinin (f) fıkrası zorlamaktadır. Buna göre, deklare edilen fiyat üzerinden en fazla %30 indirim yapılabilir. Hem Sayıştay hem KİT komisyonu denetimlerine tabi resmî bir kurum olması nedeniyle PTT %30 indirimi mecburen uygulamaktadır. 100 desiden fazla gönderilerde indirimli fiyatlar diğer firmaların üstüne çıkmaktadır. Firmalar bu durumu başka promosyonlarla telafi edebilmektedir. Daha önce, aylık 50 gönderiden fazla ise indirim yapılırken, bu rakam esnaf için 20’ye çekilmiştir.

17.14.7. Mesleğin Rekabet Analizi

- **Firmaların Rekabeti**

Yorgancılık mesleği esnaf sayısı bakımından deri, giyim ve ayakkabı sektörleri göz önüne alındığında 608 çalışan ile en az esnafı içeren meslek dalıdır. Bu sebeple sanat yorgancıları arasındaki rekabet azdır. Fakat fabrikasyon yorgan üreticileri sektördeki rekabeti arttırmaktadır.

- **İkame Malların Rekabeti**

El işi yorgancıların sattığı malların en büyük ikamesi fabrikasyon yorganlardır. Bu yorganlar hem yurt dışından temin edilmekte hem de yurt içinde daha ucuza imal edilmektedir. Fiyattaki avantajları da müşterilerin diğer malları tercih etmelerine sebep olabilmektedir.

- **Tedarikçinin Gücü**

Yorgan yastık vb. ürünlerinin ham maddesi kolaylıkla temin edilebilmektedir. Yani toptancıların sayısı görece çok olduğu için, yorgancılar tedarikçilerin karşısında güçlü bir konumdadır. Bunun yanında küreselleşen dünyada tedarikçilerin çoğalmasıyla ürün farklılığı ve kalitesi de artmaktadır.

- **Müşterinin Gücü**

El işi yorganı tercih eden tüketicilerin pazarlık gücü belirli seviyededir çünkü el emeği ile üretilen bu yorganlarda indirim fırsatı çok da fazla değildir.

• Giriş Engeli

Sektörde hâlihazırda çok fazla yorgancı olmadığı için yeni girecek yorgancıların piyasada tutunması görece kolay olabilecektir. Buna rağmen yorgancıların kolay erişilebilir ve geleneksel değerleri devam ettiren bölgelerde açılması önem taşımaktadır. Bunun yanında yorgancı açmak için gerekli belgeler ve iş yeri açmak için bürokratik işlemler ve maliyetler de yorgancıların işe başlangıçta karşılaşacağı engeller arasında yer almaktadır. Devletin bu meslek dalına vergi muafiyeti sağlaması ise meslek dalının bir avantajıdır.

17.14.8. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar

- Yorgancılığın Osmanlı'dan gelen kültürel bir zenginlik olması
- Doğal malzemeler kullanıldığı için bedene ve fiziksel sağlığa faydalı olması
- El işi yastık ve yorganların hepsinin geri dönüşüm imkânının bulunması ve sağlıklı olması
- Yorgancılık alanında en büyük maliyet kalemleri olarak pamuk, astar ve işçilik maliyetleri olması sebebiyle işe girişin kolay olması

Zayıf Yanlar

- Referans olarak verilecek ya da rakip olarak görülecek yorgancılar bulunmaması
- Devlet denetiminin yetersiz olması
- Sürdürülebilir istihdamın olmaması
- Yapılan desteklerin yetersiz olması ve desteklerden yararlanmanın zor olması
- El işi ürünlerin pahalı olması ve bunun bir dezavantaja sebep olması

Fırsatlar

- Turistik ve geleneksel olma özelliği ile yurt dışına açılma potansiyeli taşıması
- Kaybolmaya yüz tutmuş meslekler dâhiline alınmasıyla devlet teşvik ve desteklerinin çok olması
- Siyasi olarak gündeme gelmiş olması
- Türk çeyiz geleneğinde özel bir yeri olması

Tehditler

- Yorgancılık mesleğinde sanatkarların yaşlarının ileri olması ve gençlerin tecrübesiz olması
- Ucuza ve seri üretilen yorganlar
- Çin malı ürünlerin oluşturduğu rekabet

- Çin malı ürünlerin oluşturduğu sağlığa zararlı ürünlerle üretilen yorganlar

17.14.9. Mesleğe Özgü Sorunlar

Yorgancılık ve hallaçlık mesleğine özgü sorunlar şu şekilde özetlenebilir;

- Yorgancılık ve Hallaçlık mesleğine gençler ilgi duymamakta, çırak bulunamamakta, yetişmiş eleman olan kalfalar bile kazancı az bulduğu için mesleği terk ederek başka işlere yönelmektedir. Ayrıca pazarlama ve tanıtım konusunda da ciddi problemler yaşanmaktadır.
- Modern teknolojinin ve makine tekstilinin gelişmesi Türkiye’de sanat yorgancılığına bir darbe vurmuştur. Fakat bu kültür mirasının dünyada başka bir örneği olmadığı için bu mesleğin devam ettirilmesi ve korunması büyük önem arz etmektedir. Bu geleneksel ürün; fabrikasyon ürünü elyaf, silikon dolgulu makine yorganlarının piyasaya çıkmasıyla birlikte zayıflamıştır.
- 3349 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nda yapılan değişiklikle kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerle sağlanan vergi muafiyeti faydalı gibi görünse de uygulamada yorgancılık mesleğine zarar vermiştir. Bu değişiklik sonrası, sadece yeteneği olan ve mesleğe ilgi duyan insanlar değil; kişisel ihtiyaçları doğrultusunda mesleği tercih eden insanlar olmakta, mesleğin sanatsal yönü zarar görmektedir. Diğer taraftan mesleği icra eden yetenekli kişilerin çoğu vergi muafiyetinden faydalanmamaktadır. Ürünü kendi üretilip kendi satma zorunluluğu vardır. Vergi muafiyetinin 3 yılda bir yenilenmesi gerekmektedir. Emtia satışı yapanlar bu muafiyetten yararlanamamaktadır.
- Halk eğitim merkezlerinde verilen yorgancılık eğitimlerin süresinin kısa olması ve eğitmenlerin yetersiz olması, verilen eğitimlerin kalitesini etkilemektedir. Bu bağlamda halk eğitim merkezlerinden alınan ustalık belgeleri kişilerin gerçek yeterliliğini yansıtmamaktadır. Ayrıca, merkezlerde verilen teorik bilgi, teknik bilginin önüne geçmektedir. Bu merkezlerden sertifikalarını alan kişiler, kısa süreli kurslarda sadece bir alanda uzmanlaşmakta (örneğin yünü tiftiklemek) ve diğer uygulamaların teorisini öğrenseler dahi, başarılı bir şekilde pratikte uygulayamamaktadır.
- Yorgancılığın birer sanat olarak devam edebilmesi için çıraklara olan ihtiyaç büyüktür. Bugün meslek lisesinden mezun olan 18 yaşındaki gençler çırak olmak için geç kalmış sayılmaktadır. Çıraklık için uygun yaş grubu ortaokul çağındaki 13-14 yaşındaki çocuklardır. Devlet bu yaş grubu çocuklara destek ve proje ile mesleğe özendirme girişimlerinde bulunmalıdır ve çocuklar sanatkâr olarak yetiştirilmelidir. Devletin çırak yetiştirmede proje odaklı çalışması gereklidir. Üniversiteler ve uzman kişi ve kurumlar ile bağlantılı olarak eğitim programları düzenlemeli ve çıraklık eğitimi lise birinci sınıfa çekilmelidir. Bu projeler sonrasında eğitimi sağlanan öğrencilerin istihdamı ve iş gücüne katılmaları sağlanmalıdır.
- Halk eğitim merkezleri ve KOSGEB tarafından verilen kursların içerikleri yeniden düzenlenmelidir. Örneğin yorgancılık mesleğinde çatmayı, teyellemeyi, desinatörlüğü sadece teori olarak değil, uygulama olarak da detaylı bir şekilde öğretmelidirler.

17.14.10. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Yorgancılık usta-çırak ilişkisi çerçevesinde kuşaktan kuşağa aktarılan ve genellikle babadan oğula geçen bir meslek olarak varlığına devam etmektedir. Yorgancılığın, çok eskilere dayanan bir geçmişi ve bugün de kültürümüzde önemli bir yeri olsa da, bu meslek günümüzde kaybolmaya yüz tutmuş meslekler arasında görülmektedir. Bu sebeple yorgancılık ve hallaçlık devlet teşviklerine tabi bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de hazırlanan 5 yıllık kalkınma planları dâhilinde yorgancılık ve hallaçlık gibi sanatların desteklenmesi ile ilgili konuların dâhil edilmesi bu mesleklerin geleceği için önem arz etmektedir. Hâlihazırda sektördeki yaş ortalaması 47’dir ve bu ortalama her yıl artmaktadır. Bu da 15-20 yıl içerisinde sektörün kaybolması manasına gelmektedir. Bu sebeple acil olarak bu meslek dalında çalışmayı özendirici çalışmalar yapılmalıdır. El yapımı yorgancılığa halktan gelen talebin artırılması için, bu malların özellikle doğal ve sağlıklı olduğunun vurgulanması ve ürünlerin özendirilmesi gerekmektedir. Böylece el emeği yorgancılığa verilen önem artırılmalı ancak fabrikasyon üretim yapan esnaf da unutulmamalıdır. Fabrikasyon yorganlar, el emeğinin değerini artırdığı gibi çoklu üretim özelliği sayesinde ülke genelindeki günlük kullanım ihtiyaçlarını karşılama noktasında önemli görülmektedir. Bu bağlamda yurt dışından ithal yorgan alınması konusunda bazı kısıtlamaların getirilmesi uygun olabilecektir. Yurt dışından ve özellikle Çin’den ithal edilen ürünler kullanıcıların sağlığını kötü yönde etkileyebilmektedir. Bu sebeple üreticilerin alerjen veya kanserojen madde içermeyen ürünler kullanmaları ve elle yapılan ürünlerin daha sağlıklı olduğu bilincinin yaygınlaştırılması gerekmektedir.

17.15. Gelinlik ve Gelinlik Aksesuarları İmal, Satıcılığı ve Kiralaması

17.15.1. Mesleğin Tanımları

Gelinlik imalatçılığı bir terzilik mesleği olmakla birlikte, gelinlik terzileri aşağıdaki faaliyetleri yaparak üretimlerini gerçekleştirmektedir:

- Müşterinin beden özelliklerini belirlemek,
- Müşteri ile birlikte model ve kumaş seçmek,
- Ölçü almak,
- Malzeme ihtiyacını belirlemek,
- Taslak çizim yapmak ve kesin hatları çizmek,
- Makinenin genel temizliğini yapmak, iğne ve iplik seçimi yapmak, makine dişli ayarı yapmak vb. makineyi dikişe hazırlama işlemlerini yapmak,
- Modelden patron (kalıp) çıkarmak, kumaşı bıçkiye hazırlamak, kumaşı kalıba göre kesmek vb. bıçki işlemlerini yapmak,
- Ürünün müşteri bedenine uygunluğunu kontrol etmek,
- Ürün parçalarının prova sonrası karşılaştırmasını yapmak,

- Kumaşı telalamak, dublemek, makine dikişi yapmak, el işlerini yapmak, yaka, kol takmak, drape, pili, büzgü yapmak, cep dikmek, kumaşı astarmak vb. dikiş işlemlerini yapmak,
- Kumaş ve malzemenin ön ütüsünü yapmak, ürünün son ütüsünü yapmak,
- El nakışı yapmak; şapka, duvak hazırlamak; çanta, gelin ayakkabısı süslemek; el buketi hazırlamak vb. aksesuar ve süsleme işlemlerini yapmak,
- Ürünün kalite kontrolünü yapmak.

İŞKUR Tanımı:

Bu meslek dalı da gelinlik imal ve satıcılığı ile gelinlik aksesuarları imal ve satıcılığını da kapsayan dört alt meslek dalını içermektedir. Fakat gelinlik aksesuar imal ve satıcılığı ile ilgili herhangi bir tanım bulunamamıştır. İŞKUR gelinlik imalat ve satıcılığı ile ilgili aşağıdaki tanımları yapmıştır:

- **Gelinlik Satıcısı:** Çalıştığı mağazada veya iş yerinde abiye ve gelinliklerin satışını yapan kişidir.
- **Terzi (Abiye-Gelinlik):** Kendi başına ve belirli bir süre içerisinde, siparişe göre bayan giysileri üretmek için; her tür kumaşı biçme, prova yapma, dikme, süsleme, ütüleme ve müşteriye sunma bilgi ve becerisine sahip nitelikli kişidir.

Projede Kullanılan Tanım: Gelinlikçi her tür abiye, gelinlik ve gelinlik aksesuarlarını sipariş üzerine veya seri olarak üretme, satma ve kiralama işini yapan kişidir.

17.15.2. Mesleğin Tarihçesi

Kadınlar yüzyıllardır, kendi sosyal statülerine ve günün modasına uygun olan, pahalı malzemelerin kullanıldığı gelinlikleri tercih etmişlerdir. Avrupa'da sosyal sınıfı daha düşük gelinler ise, kiliseye giderken giydikleri en güzel elbiselerini evlenirken giymişlerdir. Gelinliğin üzerinde kullanılan pahalı süslemeler, gelinin ailesinin zenginliğini davetlilere gösteren bir araçtı. Bugün her bütçeye uygun gelinlik bulmak mümkündür. Bazı gelenekler her renk ve biçimde gelinliğin giyilmesini kabullenecek kadar değişmiştir. Bugün gelinlikçilerde kadınların kendi zevklerine göre seçebileceği birçok gelinlik modeli mevcuttur.

Gelinlikler çağın modasına göre şekil değiştirmiştir. Örneğin 1920'lerde, günün modasına uygun olarak, ön etekleri kısa, arkasında uzun kuyruğu bulunan ve kloş duvakla kullanılan gelinlikler revaçtaydı. Gelinliği, çağın modasına uydurmak 1940'lara kadar devam etti. Daha sonra Viktorya Dönemi'ni andıran, uzun kabarık etekli gelinlikler popüler hâle geldi.

Osmanlı'da giyim kültürü, geniş bir coğrafyada ve farklı kültürlerin ve inançların senteziyle oluştu. Genç kızların süslü ve gösterişli giyinmesi ayıp sayıldığı için, genç kızlar genellikle sade ve göze çarpmayan renklerde giyinirdi. Sadece evli kadınlar süslü giyinebildiği için, gelinlik süslü giyinmeye atılan ilk adımdı. Bu gelenek, Cumhuriyet'in ilk dönemlerine kadar sürdü. Batılılaşma hareketleri ve kıyafet devrimi ile genç kızların evlilik öncesi giyebileceği renkler ve kıyafetler değişse de, evlilik öncesi sadelik kuralı değişmedi.

Batı kültüründe olduğu gibi Osmanlı kültüründe de gelinliğin biçimi sosyal sınıfa göre değişiklik gösteriyordu. Saray hanedanının, kırsal kesimde ve şehirde yaşayanların benimsedikleri gelinlik biçimleri farklıydı. Saray hanedanlığında kullanılan renk kırmızıyken, halk kesiminde çeşitli renkler kullanılıyordu. Türkiye’de ilk gelinlik II. Abdulhamid zamanında, Avrupa’daki bir düğünde gelinin üzerindeki bembeyaz giysiyi gören sultanın, bu kıyafetin aynısını kendi düğününde giymek istemesi ile oldu. Beyaz kumaştan gelinliği ilk kez 1898’de Kemalettin Paşa ile evlenen II. Abdülhamid’in kızı Naime Sultan giydi. Daha sonra bu gelinlikler, İstanbul’daki yabancı uyruklu vatandaşlarla birlikte kentlerde yaşayan Türklere kadar ulaştı. Beyaz gelinlik Batılılaşma hareketleriyle birlikte Cumhuriyet’in ilk dönemlerinde de popüler hâle geldi.

Türk toplumunun geleneksel düğün kıyafetinde ise, genel olarak kırmızı kullanılırdı. Anadolu’da çok renkli ve nakışlarla işlemeli geleneklere bağlı gelinlikler hâlâ vardır. Günümüzde her modelde gelinlik Türkiye’de de kabul edilmektedir. Batı’da moda hâline gelen “vintage” tarzıyla birlikte eski gelinliklere olan rağbet artmıştır.²¹⁴

17.15.3. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

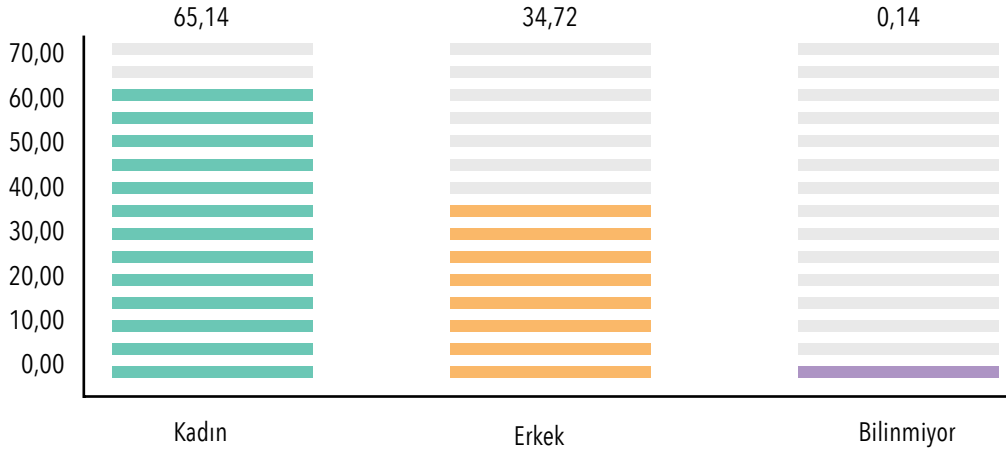
Ülke genelinde, 2015 yılı itibarıyla gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama mesleğindeki toplam iş yeri sayılarına bakıldığında 1440 iş yeri bulunduğu görülmektedir.

17.15.3.1. Mesleğin İstihdam ve İnsan Kaynağı Analizi

2015 yılı itibarıyla gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama mesleğinde çalışan sigortalı sayısı 2283’tür. Bu meslekte iş yeri sahibi esnaf ve sanatkârın yaş ortalaması ise 41’dir. Aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere bu meslekte çalışanların cinsiyetlere göre dağılımı ise %65,14 ile kadın ve %34,72 ile erkektir. Kısacası bu meslek kadın yoğun bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu meslek dalında çalışanların eğitim durumu ise %44,22 ile ortaokul ve %10,73 ile üniversite mezunlarından oluşmaktadır.

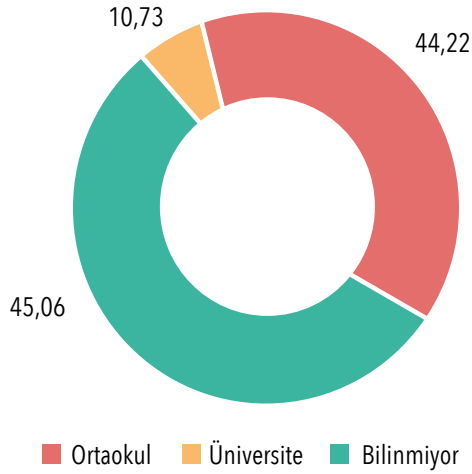
²¹⁴ Sebahat Gül, (2002). Türk-İslam Eserleri Müzesi Etnografya Seksiyon Şefi, SkyLife.

Şekil 119. Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Şekil 120. Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

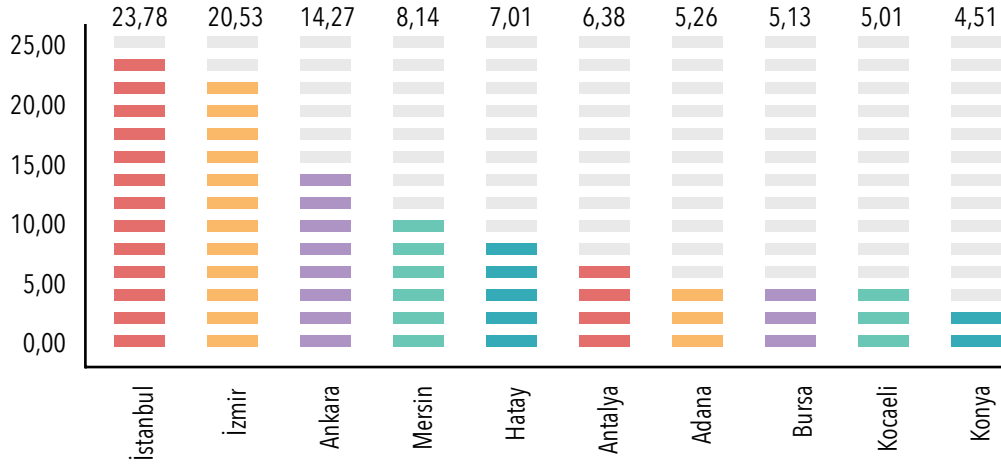


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.15.3.2. Mesleğin Bölgesel Dağılımı

Gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama esnafı 2015 yılı illere göre dağılımına baktığımız zaman, en fazla gelinlikçinin İstanbul'da, ardından İzmir'de, üçüncü olarak da Ankara'da yer aldığını görmekteyiz. Bu meslek dalında faaliyet gösteren en yoğun illere baktığımız zaman diğer iller %8 ila %4,5 aralığında yer almaktadır. Bu iller sırasıyla Mersin, Hatay, Antalya, Adana, Bursa, Kocaeli ve Konya'dır.

Şekil 121. Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)

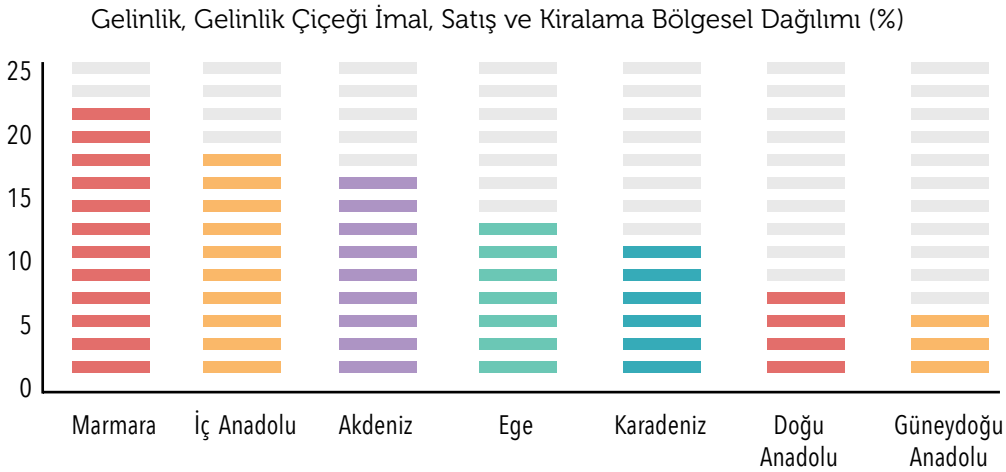


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

Türkiye’de bu meslek dalında en çok esnaf ve sanatkârın yer aldığı bölge yaklaşık %23’lük bir oranla Marmara Bölgesi’dir. Hemen arkasından İç Anadolu, Akdeniz ve Ege bölgeleri gelmektedir.

Bu meslek dalının en az yoğunlaştığı bölge ise sırasıyla Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu ve Karadeniz bölgeleridir.

Şekil 122. Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı

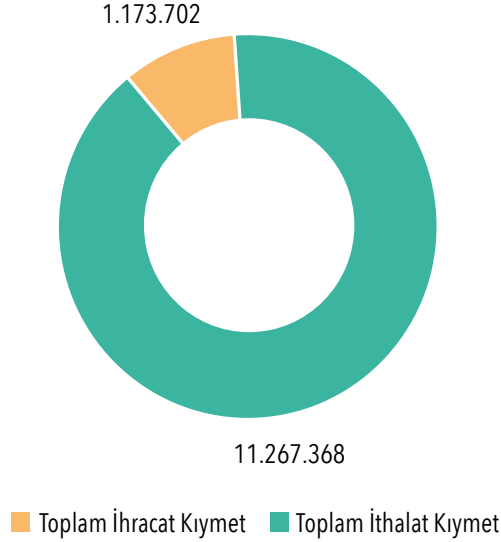


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.15.3.3. Mesleğin Dış Ticaret Göstergeleri ve İhracat Potansiyeli

Gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama alanında faaliyet gösteren esnafın toplam ithalatı yaklaşık 11,2 milyon dolar; ihracatı ise 1,1 milyon dolardır. Bu da mesleğin daha çok ithalat ağırlıklı bir meslek dalı olduğunu göstermektedir.

Şekil 123. Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)

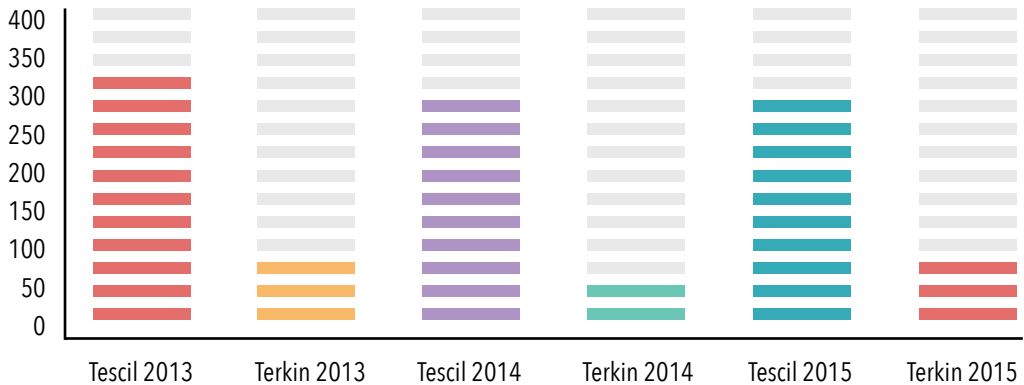


Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.15.3.4. Mesleğe Giriş-Çıkış Eğilimleri

Gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama alanında faaliyet gösteren esnafın tescil sayılarında 2013'ten 2015 yılına kadar bir düşüş gözlenmektedir. 2013 yılında 361 iş yeri tescil ettirilirken; 2014 yılında 285 iş yeri, 2015 yılında ise iş yeri 286 tescil ettirilmiştir. Terkin sayılarında ise 2013-2014 yılları arasında bir düşüş; 2014-2015 yılları arasında ise yükseliş yaşanmıştır. Terkin sayıları 2013 yılında 73; 2014 yılında 57, 2015 yılında ise 65'tir.

Şekil 124. Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.15.3.5. Mesleğin Mali Durumu

Gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama mesleğinin 2015 yılındaki toplam hasılatı 98.086.080,57 TL; toplam gideri 742.863.934,84 TL; toplam kârı 6.726.539,45 TL ve toplam zararı 6.622.666,23 TL'dir.

Tablo 73. Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ADANA	854.669,00	3.509.872,00	88.564,00	74.240,00
ADIYAMAN	405.875,00	63.416,00	58.364,00	-
AFYONKARAHİSAR	124.537,00	84.603,00	1.800,00	12.834,00
AĞRI	297.029,00	11.572,00	15.314,00	-
AKSARAY	34.685,00	22.741,00	-	15.433,00
AMASYA	190.410,00	54.773,00	8.136,00	4.637,00
ANKARA	3.749.816,00	29.545.914,00	300.685,00	1.174.836,00
ANTALYA	1.778.990,00	6.873.587,00	113.203,00	254.507,00
ARDAHAN	150,00	-	150,00	-
ARTVİN	79.823,00	28.940,00	10.381,00	-
AYDIN	1.326.286,00	15.335.669,00	25.996,00	5.911,00
BALIKESİR	229.628,00	832.993,00	23.835,00	30.123,00
BARTIN	98.957,00	33.996,00	29.546,00	-
BATMAN	406.728,00	57.140,00	13.314,00	5.595,00
BİLECİK	213.601,00	39.684,00	22.740,00	-
BİNGÖL	37.211,00	34.811,00	3.900,00	-
BITLİS	164.787,00	74.217,00	13.840,00	27.317,00
BOLU	246.036,00	1.992.278,00	21.975,00	20.647,00
BURDUR	28.081,00	5.296,00	5.766,00	650,00
BURSA	3.119.682,00	21.631.009,00	258.968,00	160.364,00
ÇANAKKALE	546.036,00	4.885.477,00	25.324,00	35.744,00
ÇANKIRI	23.774,00	12.085,00	1.558,00	7.794,00
ÇORUM	82.873,00	16.915,00	12.621,00	-
DENİZLİ	545.087,00	5.738.842,00	10.057,00	-
DIYARBAKIR	288.717,00	26.259,00	92.149,00	4.675,00
DÜZCE	80.927,00	112.884,00	5.002,00	52.707,00
EDİRNE	2.222,00	8.460,00	-	7.844,00
ELAZIĞ	1.020.710,00	7.623.524,00	36.148,00	8.350,00
ERZİNCAN	55.426,00	2.869,00	5.170,00	-
ERZURUM	1.653.696,00	9.025.006,00	70.483,00	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
ESKİŞEHİR	401.548,00	240.141,00	69.250,00	90.426,00
GAZİANTEP	2.635.374,00	17.841.860,00	225.118,00	16.946,00
GİRESUN	52.220,00	18.152,00	1.626,00	11.867,00
GÜMÜŞHANE	77.162,00	8.798,00	9.420,00	1.324,00
HAKKÂRİ	118.750,00	9.540,00	8.410,00	-
HATAY	1.680.229,00	10.149.800,00	196.718,00	78.817,00
İÇİDIR	7.615,00	1.565,00	9.550,00	-
ISPARTA	1.056,00	1.055,00	6.573,00	-
İSTANBUL	20.318.742,00	199.122.359,00	1.075.634,00	1.939.553,00
İZMİR	28.103.160,00	247.399.750,00	1.689.988,00	1.150.206,00
KAHRAMANMARAŞ	203.947,00	31.276,00	37.432,00	1.701,00
KARABÜK	374.524,00	3.438.117,00	53.990,00	29.052,00
KARAMAN	1.282,00	1.716,00	886,00	-
KARS	510.422,00	61.739,00	48.643,00	-
KASTAMONU	339.420,00	2.734.669,00	48.725,00	19.846,00
KAYSERİ	778.825,00	6.186.279,00	34.025,00	155.972,00
KIRIKKALE	1.133.749,00	12.888.762,00	22.520,00	259.682,00
KIRŞEHİR	46.472,00	1.476,00	8.690,00	-
KİLİS	10.995,00	6.429,00	3.548,00	1.103,00
KOCAELİ	2.278.501,00	9.267.788,00	118.707,00	305.256,00
KONYA	1.304.637,00	6.132.392,00	169.107,00	75.745,00
KÜTAHYA	419.802,00	140.419,00	16.909,00	3.261,00
MALATYA	1.270.336,00	4.969.294,00	64.231,00	37.531,00
MANİSA	1.433.553,00	11.020.285,00	206.573,00	42.544,00
MARDİN	258.837,00	45.109,00	27.147,00	11.999,00
MERSİN	1.878.795,00	4.377.486,00	159.427,00	89.319,00
MUĞLA	288.730,00	121.618,00	24.230,00	6.991,00
MUŞ	24.240,00	-	12.358,00	-
NEVŞEHİR	215.842,00	62.093,00	15.865,00	12.332,00
NİĞDE	909.674,00	9.854.333,00	25.895,00	-
ORDU	1.514.756,00	12.069.734,00	69.295,00	9.011,00
OSMANİYE	233.956,00	88.495,00	84.531,00	350,00
RİZE	63.241,00	11.555,00	12.317,00	-
SAKARYA	4.246.894,00	43.020.155,00	366.747,00	216.100,00
SAMSUN	919.330,00	2.501.973,00	47.437,00	60.508,00
SIİRT	116.716,00	21.942,00	14.642,00	-
SİNOP	880,00	1.889,00	5.078,00	-

İL	Toplam Hasılat	Toplam Gider	Toplam Kâr	Toplam Zarar
SİVAS	1.774.538,00	8.631.367,00	166.337,00	5.289,00
ŞANLIURFA	282.060,00	50.171,00	41.001,00	-
ŞİRNAK	301.040,00	3.608.823,00	5.718,00	-
TEKİRDAĞ	500.185,00	194.301,00	59.832,00	19.312,00
TOKAT	270.160,00	109.016,00	38.862,00	11.420,00
TRABZON	369.725,00	3.413.535,00	18.138,00	14.566,00
TUNCELİ	14.730,00	3.007,00	2.537,00	-
UŞAK	24.251,00	-	3.853,00	-
VAN	1.510.158,00	6.545.055,00	54.113,00	2.470,00
YALOVA	21.759,00	7.358,00	1.926,00	1.003,00
YOZGAT	169.243,00	1.705.357,00	14.297,00	-
ZONGULDAK	987.573,00	7.061.071,00	53.694,00	36.954,00

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015

17.15.4. Mesleğin Üretim Eğilimleri, Teknoloji Kullanımı ve Yenilik Düzeyi

Gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama mesleğinde Türkiye’de evlenme sayılarının Avrupa’ya göre görece yüksek olması ve geleneksel evlilik seremonilerinin uygulanması sebebiyle yüksek talep gören bir meslek dalıdır. Gelinlikçilik mesleği moda ile yakından alakalıdır ve her sezon üretim eğilimlerinin değiştiği bir çizgi izlenmektedir. Bu sebeple İtalya ve Fransa gibi ülkelerdeki üretim ve moda eğilimleri Türkiye’de yakından takip edilmektedir. Gelinlikçilik meslek dalında yurt içi ve yurt dışı fuarlara katılım, özellikle modanın ön planda olduğu bir meslek dalı olduğu için çok önemlidir. Türkiye’deki firmaların bu fuarlara katılımı dünyadaki yenilikleri ve eğilimleri takip ederek kendilerini geliştirmelerini sağlamaktadır.

Gelinlik mesleğinde bölgesel ve yöresel olarak müşteri tercihleri değişebilmektedir. Bu sebeple gelinlikçiler müşterilerin tercihlerini dikkate alarak üretimlerini yönlendirmektedirler. Örneğin, Orta Doğu ülkelerindeki müşteriler ile Avrupa ülkelerindeki müşterilerin, Doğu Anadolu şehirlerindeki ve Batı Anadolu şehirlerindeki müşterilerin gelinlik modeli tercihleri farklı olmaktadır. Bu sebeple üretim yapan firmalar çoğunlukla sipariş usulü ve müşteri odaklı üretimler yapmayı tercih etmektedirler.

Gelinlikçilik mesleği emek yoğun el işine dayalı bir meslek dalıdır. Özellikle el işi işleme ve nakış işlemleri gelinlikçilik mesleğinde hayati öneme sahiptir. Bu işlemler elle olduğu gibi makineyle de yapılabilir. İşlemcilik, nakışçılık ve dikiş makineleri de gelinliklerin hazırlanmasında yoğun şekilde kullanılmaktadır. Bu makineler çoğunlukla Japonya, Almanya ve İtalya gibi ülkelere ithal edilmekte olsa da yurt içinde tekstil makineleri üreten firmalardan da temin edilebilmektedir. Bunun yanında bilgisayar otomasyonlu çizim, desen vb. gibi teknolojilerden de gelinlik üretiminde faydalanılabilmektedir.

17.15.5. Mesleğin Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Gelinlik, gelinlik çiçeği imal, satış ve kiralama mesleği terzilik meslek kolunun altında yer alan bir meslek dalıdır. Gelinlikçiler kendilerini gelinlik terzisi olarak da adlandırmaktadırlar. Gelinlikçiler abiye, çocuk abiye, bindallı kınalık gibi evlenme sürecinde ihtiyaç duyulan kıyafetlerin üretimi ile de gerek malzemelerin benzerliği gerekse üretim tekniklerinin benzerliği bakımından yakından ilişkilidir.

Gelinlikçilerin temel malzemeleri, kumaş, dantel ve ipliklidir. Gelinlik üretiminde kullanılan dantel çoğunlukla yurt dışından ithal edilmekte; kumaşın ise hem yurt içi hem de yurt dışında tedarikçileri bulunmaktadır. Bunun yanında gelinlik üretiminde işlemecilik ve nakışçılık meslek dallarıyla da birlikte çalışılmakta çeşitli aksesuar ve boncukları gelinlik üzerine işlemek suretiyle yoğun olarak katkı sağlamaktadırlar.

17.15.6. Mesleğin Rekabet Analizi

- **Firmaların Rekabeti**

Gelinlikçilik, mesleği esnaf sayısı bakımından deri giyim ve ayakkabı sektörleri göz önüne alındığında çok fazla çalışanı içeren bir meslek dalı değildir. Bu sebeple gelinlikçiler arası rekabet çok fazla değildir. Bunun yanında gelinlikçiler yurt dışından gelen pahalı ve yüksek kalite gelinlik üreticileri ile yoğun bir şekilde rekabet etmektedirler.

- **İkame Malların Rekabeti**

Gelinlikçilerin sattığı malların ikamesi bulunmamaktadır.

- **Tedarikçinin Gücü**

Gelinlik üretiminde kullanılan malları tedarik eden birçok üretici bulunmaktadır. Yani toptancıların sayısı görece çok olduğu için gelinlik üreticileri tedarikçilerin karşısında güçlü bir konumdadır. Sadece dantel gibi bazı malzemeler yurt dışından geldiği için bunların tedarikçileri daha kısıtlıdır. Fakat internet gibi kanalların da gelişmesiyle hem fiyat avantajı hem de kalite avantajı sağlayabilmektedirler. Bunun yanında küreselleşen dünyada tedarikçilerin çoğalmasıyla ürün farklılığı da arttığı için gelinlikçiler avantajlı görülmektedir.

- **Müşterinin Gücü**

Gelinlikçilerden alınan malın bir kere alınması ve kalite konusunun ön planda olduğu durumlarda müşterinin pazarlık gücü düşük kalmaktadır. Fakat kalitesine göre gelinlik üretilebildiği için müşterilerin pazarlık gücü, kaliteyi düşürerek yüksek kalmaktadır.

- **Giriş Engeli**

Sektörde hâlihazırda yeterli sayıda gelinlikçi bulunmaktadır ve yeni açılacak gelinlikçiler hem yeterli tecrübeye sahip olmalı hem de piyasada tutunmak için fizibilite çalışmalarını iyi yapmalıdır. Bu bağlamda dağıtıcı, tedarikçi ve müşteriye yakın yerlerde olmak, gelinlikçilerin müşteri kazanması ve kâr etmesi için önem taşımaktadır. Bunun yanında Türkiye’de iş yeri açmak için gerekli vergiler, bürokratik işlemler ve maliyetler de gelinlikçilerin işe başlangıçta karşılaştığı engeller arasında yer almaktadır.

17.15.7. Mesleğin Swot Analizi²¹⁵

Güçlü Yanlar

- Emek yoğun bir meslek dalı olması sebebiyle gelinlik sektörünün kâr marjı yüksektir. İşçiliğin pahalı olduğu özellikle Batılı ülkelerde bu tür ürünlerin üretimi gelişmekte olan ülkelere kaydırılmıştır. Bu sebeple gelinlik üretimi kârlılığını korumakta ve ihracat potansiyeli yüksek bir meslek dalı olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Gelinlikçi açmanın başlangıç girişimci sermayesi görece düşüktür. Bu oranlar yaklaşık 40 bin TL civarlarındadır.
- Yaratıcılık ve tasarım, gelinlikçilik mesleğinde kâr marjını belirlemede önemli etkenlerdir. Gelinlik sektöründe faaliyet gösteren firmalar kendi tasarımları ile müşterilere hizmet vermektedir. Özellikle Orta Doğu pazarında tanınmış olan Türk gelinlikleri, tasarımdaki güçlü yanlarını koruyabilirler ise kârlılık avantajını sağlamayı sürdüreceklerdir.
- Türkiye’de üretilen gelinlikler Orta Doğu ve Kuzey Afrika’da talep görmektedir ve Türkiye bu pazarlara coğrafi yakınlığı bakımından avantajlı konumdadır. Bu özellikle lojistik maliyetlerini düşürmektedir.
- Gelinlik, kültürün bir parçası olması dolayısıyla talebin hiç bitmeyeceği bir sektördür.
- İzmir bölgesinde olduğu gibi başarılı kümelenmeler ile mesleğin potansiyeli daha iyi değerlendirilmektedir.
- Gelinlik kiralama sektörünün de gelişmesiyle yılda kiralık gelinlik üretimi de genel üretime katkı sağlamaktadır.

Zayıf Yanlar

- Gelinlikçilik sektöründe faaliyet gösteren firmaların çoğu aile şirkettir; bu sebeple kurumsallaşma bakımından zayıf kalmaktadırlar. Doğru bilgiyi oluşturmak yönetmek ve akışının düzenlenmesini sağlamak konularında sorunlarla karşılaşılmalıdır.
- Türk firmalarının birçoğunun genel sorunu olan markalaşma, bu meslek dalında da bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Meslekteki iş birliği ve mesleki birlikler zayıftır. Bu sebeple mesleğin çıkarlarının temsil edilebilirliği de zayıf kalmaktadır.
- Pazarlama ve tanıtım konusunda İzmir’de düzenlenen If Fuarı haricinde uluslararası bir tanıtım faaliyeti düzenlenmemektedir. If Fuarına da yurt dışı katılımı son yıllarda azalmıştır.

²¹⁵ Bu bölümde yapılan SWOT Analizi Ekonomi Üniversitesi’nin Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Projesi İhtiyaç Analizi çerçevesinde hazırladığı Gelinlik ve Abiye Sektör Raporu’ndan faydalanarak hazırlanmıştır.

- Kalifiye eleman eksikliği bu sektör için de büyük bir dezavantaj yaratmaktadır.
- Gelinlik sektörünün bir özelliği olan sözlü sözleşme yolu ile mal üretimi ve satışı bazı durumlarda imalatçıların dezavantajına sebep olmaktadır.
- Karşılıksız çekler üreticilerin zarar etmesine sebep olmaktadır; buna karşı yasalarca alınan tedbirler çok yetersizdir.
- Gelinlik sektörünün ham maddesi olan kumaş ve dantel çoğunlukla ithal edilen kalemlerdir bu sebeple ticaret dalgalanmalarından ve kur artışlarından gelinlik sektörü de etkilenmektedir.

Fırsatlar

- Orta Doğu ile olan yakın kültürel ilişkiler ve Müslüman kimliğinin etkisi ve bu bölgeye olan coğrafi yakınlık, gelinlik sektörü için bir fırsat niteliğindedir.
- Gelinlik sektöründeki İzmir'deki kümelenme, yurt dışına açılmak ve üretim eğilimlerini geliştirmek için bir potansiyel taşımaktadır.
- Serbest bölgelerdeki fırsatlar gelinlik sektörü için de potansiyel taşımaktadır.

Tehditler

- Gelinlik üretiminde marka ve tasarımda öne çıkmış İtalya ve Fransa gibi ülkeler ve el emeğinin daha ucuz olduğu Çin ve Hindistan gibi ülkeler karşısında Türkiye'nin rekabet konumu hâlâ zayıf kalmaktadır.
- Gelinlikçiler çoğunlukla şehir merkezlerinde dükkân açmayı tercih ettiği için alt yapı eksikliklerinden etkilenmektedirler. Bunun yanında şehir merkezlerindeki kiraların yüksek olması da, mesleği negatif olarak etkilemektedir.
- Toplumsal yapıda olan değişimler ve modernleşmenin etkisiyle şehirlerde evlilik oranları düşmektedir. Bu da gelinlik sektörüne uzun vadede tehdit oluşturmaktadır.
- Ekonomik çalkantılar ve krizler çiftlerin evlilik kararını etkileyerek gelinlik sektörünün durulmasına sebep olabilmektedir.

17.15.8. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Gelinlikçilik mesleği potansiyeli çok yüksek bir meslektir. Özellikle evliliğin sürekli bir olgu olması ve gelinlik üretme piyasasının kâr marjının yüksek olması gelinlik mesleğini cazip duruma getirmektedir. Fakat bu meslek dalında da kalifiye eleman sıkıntısı yaşanmakta ve bu gelinlikçilik mesleğini zora sokmaktadır. Gelinlikçilik bir TV dizisinde özendirilmiş ve bu sayede gelinlikçi olmak isteyen birçok öğrenci meslek liselerinin gelinlik abiye bölümlerini tercih etmiştir. Bu şekilde televizyon dizilerinde, kamu spotlarında ve filmlerde gelinlik vb. cazibesi azalmış meslekleri özendirecek rollerle çocuklar esnaflığa ve mesleklere özendirilmelidir.

Gelinlikçilik mesleğinde öne çıkan bir diğer konu ise gelinlikçilik alanındaki kümelenmelerin sağladığı avantajlardır. Türkiye'de her bölgenin gelişmiş olduğu sektöre ya-

tırım yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda hâlihazırda var olan meslek kümelenmeleri daha çok desteklenmeli ve bu sayede girişimcilerin önünü açan bir faktör olmalıdır. Bu kümelenmelerin bulunduğu bölgelerde İzmir If Gelinlik Fuarı gibi uluslararası fuarların da düzenlenmesi, mesleğin gelişmesine ve uluslararasılaşmasına fayda sağlayacaktır. Bunun yanında meslek odalarının eğitimlerle üyelerini desteklemesi gerekmektedir. Örneğin, İzmir'in gelinlik ve abiye konusunda Türkiye üretiminde büyük bir paya sahip olmasının sebebi, bölgedeki İzmir Terziler ve Konfeksiyoncular Esnaf ve Sanatkarlar Odası'nın kendi imkânlarını kullanarak çeşitli eğitimler sağlamış olmasıdır. Eğitim esnafın gelişiminde çok önemli bir rol oynamaktadır.

Sonuç

Sonuç

“Esnaflık ve Sanatkârlar Özelinde Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Analizi Projesi” Halkbank’ın sponsorluğunda, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaflık ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü ile Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesinin iş birliği ve yoğun çalışması ile tamamlanmıştır. 1 yılı aşkın süre içinde, bu raporda belirtilen kapsamlı ve çeşitli veri toplama yöntemleri kullanılarak, sektörün yerel, ulusal ve küresel ölçekte mümkün olduğu kadar kapsamlı ve ufuk açıcı bir resmi yakalanmaya çalışılmıştır. Proje kapsamında pek çok farklı yöntemle toplanmış olan zengin, kapsamlı ve çok boyutlu veri, Esnaflık ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü çalışanları başta olmak üzere çeşitli kamu kurumu temsilcileriyle yakın temas içinde, araştırmacı akademisyenler tarafından büyük bir özen ve emekle analiz edilmiştir.

Proje, Genel Müdürlük ve çeşitli üniversiteler tarafından pek çok farklı sektöre uygulanmıştır. Ekonominin tamamını ve tüm esnaflık ve sanatkârları etkileyen ortak faktörler bulunsa da, her bir sektörün kendi özel koşullarına bağlı olarak gelişen husus, sorun ve fırsatlar da bulunduğu için böylesi bir yaklaşım benimsenmiştir. Araştırmanın başlangıcından itibaren her aşamasında sektördeki tüm aktörlerin fikirlerinin alınması, seslerinin duyurulması ve deneyimlerinin değerlendirilmesi öncelikli hedef olarak belirlenmiştir.

Projenin sonuç raporu tüm bu çalışmaların bulgularını analitik ve geleceğe yönelik öneriler üretme vizyonu dâhilinde irdelemiştir. Araştırma kapsamındaki her bir veri toplama yönteminin bulguları, ayrıca raporlaştırılmış olup detaylı bu raporda itina ile özetlenmiş olan analizleri içermektedir. Proje kapsamında yazılmış ve burada özetlenmiş olan raporlar şunlardır:

- Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Yurt İçi Mevcut Durum Tespit Raporu
- Yurt Dışı Mevcut Durum: Dünya, OECD ve AB Ülkeleri İnceleme Raporu
- Yurt Dışı İnceleme: İtalya ve Çin Ülke İncelemeleri Raporu
- Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Esnaflık Anketi Sonuç Raporu
- Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Müşteri Anketi Sonuç Raporu
- Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü İyi Uygulama Örneklerinin Yerinde İncelenmesi Çalışması Raporu
- Sektördeki Büyük Ölçekli Şirketlerle Mülakatlar Sonuç Raporu

Proje kapsamında ayrıca esnaflık ve sanatkârlara yol göstermesi amacıyla araştırma bulguları ve analizlerden faydalanarak eğitici materyaller hazırlanmıştır. Böylece bu projenin ortaya koyduğu bulguların ilgili siyaset yapıcılar, kamu kurum ve kuruluşları, meslek örgütleri başta olmak üzere sivil toplum örgütlerinin yanı sıra esnaflık ve sanatkârlara da ulaştırılması hedeflenmektedir. Ekonomik kalkınma ve refah açısından hayati bir öneme sahip olan mikro, küçük ve orta ölçekteki işletmeler ile buralarda çalışmakta olan ve pek çoğu uzun tarihi ve kültürel geleneklerin taşıyıcısı konumundaki esnaflık ve sanatkârların durumlarının anlaşılması, taleplerinin ortaya konması ve sorunlarına çözüm yollarının önerilmesi hedefiyle

yapılan bu projenin amacına ulaşması, ancak bulgularının yaygınlaştırılmasıyla mümkün olacaktır.

Bu raporda yer alan bulgu ve analizlerin tamamının yeniden özetlenmesine gerek olmasa da, öne çıkan bazı bulguların son bir kez vurgulanması faydalı olacaktır. Özellikle sektörün kısa, orta ve uzun vadede gelişim eksenleri bağlamında kamu kurum ve kuruluşlarının stratejik olarak atması gereken adımların altı bir kez daha çizilecektir. Son olarak da, son derece dinamik ve küresel rekabete açık bir durumda bulunan deri, giyim ve ayakkabı sektöründe varlığını sürdürmek isteyen esnaf ve sanatkârın rekabette başarılı olmaları için yapmaları gerekenleri içeren öneriler yineleneyecektir. Her bir öneri ve bulgu hakkında bu rapor dâhilinde daha detaylı bilgi ve analiz içeren bölümlerin de sayfa numaraları yanında sunulacaktır.

Sektörün Kısa, Orta ve Uzun Vadeli Gelişme Eksenleri Bağlamında Kamu Kurum ve Kuruluşlarına Stratejik Öneriler

Bu bölümde raporun çeşitli yerlerinde detaylı şekilde açıklanmış ve gerekçelendirilmiş olan öneriler tekrara düşmeden listelenecektir. Her bir önerinin daha detaylı şekilde tartışıldığı bölümler de yanında belirtilerek okuyucunun arzu ederse bu bölümlere yeniden dönmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Doğaldır ki, önerilerin her biri tamamen somut ve kolayca detaylandırılabilir nitelikte değildir. Özellikle orta ve uzun vadede atılması gereken adımlar, doğaları gereği daha detaylı çalışmaların yapılmasını; kamu kurum ve kuruluşları başta olmak üzere çeşitli paydaşların bir araya gelerek iş birliği ve eşgüdüm içerisinde yol haritalarını belirlemelerini gerekli kılmaktadır. Yapılan araştırmalar, yurt dışı gözlemleri ve literatür taramalarına dayanarak sektörde başarının, hem küresel piyasalar içinde ulusal ekonomi açısından hem de bu projenin odak noktasında yer alan esnaf ve sanatkârlar açısından, burada sıralanan adımların atılmasını gerektirdiğini ortaya koymaktadır.

Kısa Vadeli Öneriler

- Esnaf ve sanatkârın kurumsallaşmasının teşvik edilmesi
- Eğitim sisteminin kalifiye eleman açığını kapatacak şekilde yeniden revize edilmesi
- Esnaf ile diğer esnaf ve büyük şirketler arasındaki dayanışma ve iş birliğinin artırılması
- Meslek kuruluşlarının etkinliğinin artırılması
- Kamu hizmetlerinde kalite ve etkinliğin artırılarak bürokratik işlemlerin azaltılması
- İthal ürünlerin standartlarının daha iyi kontrol edilmesi
- Esnaf ve sanatkârın finansmana erişiminin kolaylaştırılması
- Yurt dışında Türk malı tanıtımlarının kalite ekseninden yürütülmesi
- Kayıt dışı ekonominin azaltılması için önemlerin alınması

- İhracat pazarlarının genişletilerek pazar çeşitlendirmesi sağlanması yönünde destek sunulması
- Esnafın danışmanlık ihtiyacı için gerekli mekanizmaların geliştirilmesi
- Müşteriye özel üretime olan ilgi artacağından bu yöndeki girişimlerin desteklenmesi

Orta Vadeli Öneriler

- Tasarım gücünün artırılması
- Markalaşmanın yaygınlaştırılması
- Kalitenin artırılması
- AR-GE potansiyelinin artırılması:
 - İleri teknolojiler içeren ve çok fonksiyonlu ürünlerin geliştirilmesi
 - AR-GE çalışmalarının özendirilmesi
 - Enerji, su, kimyasal madde ve ham madde kullanımlarında geri dönüşüm, geri kazanım teknolojilerinin sağlanması
 - Bilgisayar tümleşikli üretim sistemlerinin geliştirilmesi
 - AR-GE eğitim çalışmalarının en üst düzeyde desteklenmesi
- Sektörün ithal ham madde bağımlılığının azaltılması
- Yurt dışındaki iyi uygulamaların Türkiye'ye uyarlanması için çalışmaların yapılması

Uzun Vadeli Öneriler

- Çevreyle uyumlu teknolojilerin kullanılarak sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması
- Sektörün planlı gelişiminin sağlanması
- Dünyada kalite ile tanınan markalaşma sürecinin tamamlanması
- Sektörde uzmanlaşan üretim kümelerinin oluşturulması ve var olan kümelenmelerin geliştirilmesi

Esnafa Öneriler

Bu raporda da detaylı bir biçimde ele alındığı üzere son yıllarda her şehirde sayıları hızla artan büyük AVM'ler, Megastore'lar, büyük şirketlerin zincir mağazaları, yapımarketler, çok çeşitli ürünleri çok ucuz fiyatlara satabilme kapasitesi olan süpermarketler ve giderek yaygınlaşan internetten alışveriş imkânı, esnafın satışlarını olumsuz etkilemektedir. Esnafın karşılaştığı bu zor rekabet koşullarına, bir de Çin, Hindistan vb. Asya ülkelerinden düşük maliyetli malların toptan bir şekilde piyasaya sürülmesi eklenmiştir.

Bu bağlamda proje kapsamında en fazla önem verilen sorulardan biri, mevcut küresel rekabete açık piyasa şartlarında esnaf ve sanatkârın rekabet edebilmesinin hangi şartlar-

da mümkün olduğu olmuştur. Zira dünyanın bütün gelişmiş ekonomilerinde ve bütün dünyaya mallarını satmayı başaran Çin gibi ülkelerde bile üretimin yaklaşık %90'lık bölümü, esnaf ve sanatkâr ile küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından yapılmaktadır.

Bu ülkelerde ve ülkemizde başarılı olan esnaf işletmeleri ve KOBİ'lerin yeni piyasa koşullarına uyum sağladıkları, piyasanın sert rüzgârlarında amaçsızca sürüklenmek yerine kendi rotalarını çizmeye çalıştıkları görülmektedir. Bu bağlamda, yapılan araştırmalar sonucunda, rekabette öne çıkmak ve mevcut piyasa şartlarında kendi özel nişlerini belirlemek isteyen esnaf ve sanatkârlar için aşağıdaki öneriler oluşturulmuştur:

- **Müşteriyle Güvene Dayalı, Kişisel İlişkiler Kurmak:** Proje kapsamında yapılan araştırmalar deri, giyim ve tekstil sektörlerinde esnafı tercih eden müşteriler için fiyattan sonra en büyük gerekçenin müşteriye gösterilen yakın ilgi olduğunu ortaya koymaktadır. AVM'leri tercih eden müşteriler ise, bu kararlarında fiyattan sonra en önemli etkenin ürün kalitesi ve iade edebilme güvencesi olduğunu ifade etmektedir. Esnaf, müşterisine yakın ilgi gösterip onun talep ve ihtiyaçlarıyla yakından ilgilenmenin yanı sıra, sattığı ürün konusunda da güvence verebilirse bu ikisini birleştirmiş olacaktır.

Esnaf ve sanatkâr açısından en öncelikli hedeflerden biri, müşterilerle güvene dayalı kişisel ilişkiler kurmak olmalıdır. Müşterinin esnafa güvenmesi, esnafın sattığı ürün veya hizmetin arkasında olacağını, verdiği sözleri tutacağını, bir sorun çıkması hâlinde ona rahatça ulaşabileceğini bilmesi çok önemlidir. En önemlisi de müşterinin, esnaf tarafından asla aldatılmayacağına inanmasıdır. Bunlar olduğu zaman yalnızca bir seferlik bir müşteri değil, uzun yıllar boyunca devam edecek bir müşteri kazanılabilecektir.

- **Esneklik ve Fark Yaratma Şansı:** Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin küçük ölçekli olmaları onlara rekabette yalnızca dezavantaj yaratmamakta, aynı zamanda bazı avantajlar da sağlamaktadır. Bunlardan biri, piyasanın içinde olmak ve onun değişimlerine daha hızlı cevap verebilme esnekliğine sahip olmaktır.

Büyük şirketler ve uluslararası ticarete öne çıkan markalar tasarımlarını bir sezon önceden hazırlatmakta, bunlara göre gerekli materyalleri çeşitli ülkelere toplamakta ve maliyetin düşük olduğu ülkelere çok büyük miktarlarda üretim yaptırarak fiyatı düşürmeye çalışmaktadır. Hâl böyleyken üretimde bir değişiklik yapabilmeleri, yeni ortaya çıkacak talep ve eğilimlere hızla cevap verebilmeleri daha zordur.

Oysa ürün ve hizmetlerini satmaya çalıştığı toplumun insanlarıyla birlikte yaşayan esnaf ve sanatkâr, imalat ve satış konusunda çok daha esnek davranabilir. Böylece, yalnızca yeni ortaya çıkacak taleplere cevap vermenin yanında, yerel kültürel öğeler ve zevkleri de kendi üretimlerine yansıtarak fark yaratma şansına sahiptir. Yapılan araştırmalarda piyasayı iyi koklayan, sürekli kendisi için bir fark yaratma fırsatı kollayan, bulunduğu yerel bölgenin şartlarına uyum sağlayarak kendisini büyük firmalardan ayırabilen esnafın başarılı olduğu görülmüştür.

- **Kalite, Kalite, Kalite!:** Mevcut piyasa şartlarında esnafın kendi olanaklarını kullanarak AVM'ler, büyük şirketlerin zincir mağazaları ve sürekli kampanyalar yapan

süpermarketler ile fiyat rekabetine girmesi faydasızdır. Diğer bir deyişle, kalitesiz ve ucuz mal almak isteyen kişiler bunları esnaftan değil, daha ucuza, daha fazla seçeneğe ve daha yüksek güvence algısıyla bu yerlerden alacaktır. Kısa vadede çok düşük kâr marjları ile sürdürülebilecek olan ucuz ve kalitesiz satma stratejisi, uzun vadede esnafın kaybetmesine yol açacaktır.

Taklit, markasız ürünlerle maliyeti düşürmek için kaliteden ödün vermeyi gerektirecek bu strateji yerine, esnafın kaliteli mallara yönelmesi gerekmektedir. Daha sağlıklı, daha uzun ömürlü ve daha kaliteli malları üretmeye ve satmaya yönelecek olan esnaf orta ve uzun vadede mutlaka kazanacaktır.

Müşteri kısa vadede en ucuz mala yönelebilir. Ancak, bu zamanla özellikle ekonominin orta sınıfı için değişecek bir eğilimdir. Devletin de destekleyeceği bilinçlendirme kampanyalarıyla tüketimde bu süreç güçlenerek sürecektir. Özellikle insan sağlığını tehdit eden ucuz ve sağlıksız materyallerin kullanılması, yerini mutlaka sağlıklı ve kaliteli ürünlere bırakacaktır.

Esnafın, en alt gelir grubunda olan ve kaliteyi değil, ucuzluğu arayan demografiye hitap ettiği müddetçe başarılı olma şansı çok düşüktür. Kaliteyi arayan ve daha yüksek gelirli kesime hitap eden esnafın başarılı olma ihtimali daha yüksektir. İtalya'daki terziler köyünün yanı sıra, iyi uygulama örneği olarak incelenen ayakkabıcı ve terzi esnaf da buna en güzel örneklerdir.

- **Kişiyi Özel Ürünler ve Hizmet:** Büyük miktarlarda üretim yapılan ve her semte kadar inen zincir dükkanlarda birbirine çok benzer ürünler satılmakta, insanlar tek tip giyinip birbirleriyle aynı ürünleri kullanmaya başlamaktadır. Sektördeki esnaf ve sanatkârları öne çıkarabilecek noktalardan biri de kişiyi özgü ürünler üretebilme potansiyelleridir. Tüketim dünyasının insanlara tek tipliği ve tekdüzeliği dayattığı günümüzde, bireyselliğin, farklılaşmanın ve bireyin kişiliği ve karakterini ifade eden tüketim pratiklerinin övüldüğünü görmekteyiz. Bu ortam esnaf için çok elverişli bir alan yaratmaktadır.

Bu durumun bazı meslekler için daha geçerli iken diğerleri için geçerli olmadığı düşünülebilir. Örneğin, ısmarlama üzerine takım elbise yapan bir terzi ya da katalogdan seçilen bir ürünü müşterinin istediği şekilde yapan bir çeyizci için kişiyi özel üretim daha kolaydır. Ancak, diğer mesleklerdeki esnaf ve sanatkârlar için de kişilere özel üretim imkânı yok değildir. Makineleşmeyi sağlamış ve toptancılara ürün satan esnaf işletmeleri bile ürünlerinde sattıkları müşteriye göre, özgün detaylara yer vermeyi tercih edebilir.

Burada önemli olan bir yandan kendini piyasada ayırttırırken, diğer yandan sattığı ürünü alan müşteride özel ve eşsiz olduğu algısını yaratabilmektir. Bu bazen ürünün bir köşesine işlenecek harfler kadar sade ve basit, bazen de ürünün tasarımını tamamen müşteriye göre değiştirecek kadar kapsamlı olabilir. Esnaf ve sanatkâr kendi mesleki bilgi ve tecrübesiyle hem estetik hem de kullanışlı çözümleri kendisi üretecektir.

- **Ulusal ve Uluslararası Fuarlara Katılım:** Yapılan araştırmalar fuarlara katılımının esnaf açısından çok büyük fırsat ve avantajlar sağladığını ortaya koymaktadır. Kısaca özetlemek gerekirse;
- Fuarlar, piyasanın nabzının tutulduğu platformlar olarak öne çıkmaktadır. Üreticilerin piyasadaki son trendlere, moda akımlarına, üretimde uygulanan yeniliklere ve tüketicilerin taleplerindeki değişimlere hızla hâkim olması gerekmektedir.
- Fuarlar sektörlerin buluşma, tanışma ve iş bağlantısı kurma merkezleridir. Özellikle yıllık bütçelerinden önemli bir kısmı pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine ayıramayan küçük ve orta ölçekli işletmeler için fuarlar, iş yapabilecekleri kişi ve işletmelerle bağlantı kurmak için ideal bir platform sunmaktadır. Üreticiler hem kendi ürünlerini satacakları müşteriler, hem de ihtiyaçlarını daha avantajlı tedarik edebilecekleri işletmeler bulabilmektedirler. Ayrıca, çeşitli ekonomik iş birlikleri kurabilecekleri, birlikte iş yapabilecekleri kişi ve işletmelerle de bağlantı kurabilmektedirler.
- Son olarak da, günümüzün küreselleşen ekonomik dünyasında çok büyük önem kazanmış olan uluslararasılaşma konusunda da fuarlara katılım önemlidir. Uluslararası fuarlara katılmak suretiyle uluslararası piyasalardaki gelişmeler takip edilebilir. Hedefi ihracat yapmak olmayan işletmelerin bile uluslararası trendleri ve modayı takip ederek iç pazarda daha başarılı olma yolunda, uluslararası fuarlara katılım önem arz etmektedir.
- **İşbirliği, Güçbirliği!:** AVM'ler ile yurt dışından toptan gelen ucuz mallar karşısında rekabette öne çıkabilmek için esnafın kendi ekonomik çevresi içinde etkin iş birliği ağları kurması çok önemlidir.

Bu mekanizmalardan biri kooperatiflerdir. Kooperatifler küçük esnaf ve sanatkâr işletmelerinin güçlerini birleştirerek, yönetiminde hep beraber söz sahibi oldukları ve kendi sektörlerinde çok daha güçlü bir konuma geçmelerini sağlayan hukuksal birliklerdir. Üstelik kooperatifleşme Türkiye'de Ekonomi Bakanlığı ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı başta olmak üzere hükümetin ilgili organlarının büyük bir destek verdiği bir konu olduğu için kooperatif kurmak isteyen esnafa büyük kolaylık sağlanmakta ve maddi teşvik mekanizmaları bulunmaktadır. Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü bu sürecin esnaf açısından daha kolay ve kazançlı olması için çalışmalar yürütmektedir.

Kooperatifleşmeye ek olarak ya da onun dışında oluşturulabilecek iş birliği mekanizmalarından biri de kümelenmedir. Esnaf çarşıları, pasajlar, vb. şekillerde aynı mesleği gerçekleştiren esnaf ve sanatkâr bir araya gelerek cazibe merkezleri oluşturacaklardır. Bu durum yalnızca daha fazla müşteriyi çekmekle kalmayacak; toptancıdan mal alırken ya da alınacak diğer çeşitli hizmetlerde toplu pazarlık yapabilecek, maliyetleri düşürebilecek ve bu şekilde esnafın gücü artacaktır.

Bunlardan hiçbirini yapamayan esnaf, bağlı bulunduğu oda ve birlik bünyesindeki ya da kendi işletmesinin çevresindeki esnafla nasıl iş birliği yapacağını düşünmeli; onlara, birer rakipten ziyade potansiyel birer partner olarak bakmalıdır. Giderek küçülen bir pastadan daha büyük bir dilim koparmak kısa vadede daha kârlı olabilir, ama asıl kazanç birlikte daha güçlü olup pastayı büyütmenin yollarını aramakla elde edilebilir.

- **Kurumsallaşma:** Artan rekabet baskısı ve piyasalardaki dalgalanmalara karşı başarıyla ayakta kalabilen esnaf ve sanatkâr işletmelerine bakıldığında etkili biçimde kurumsallaşmayı hedef edindikleri görülmektedir.

Esnaf ve sanatkâr işletmeleri doğaları gereği genellikle küçük işletmeler oldukları gibi pek çoğu aile işletmesi yapısındadır. Bunlar kısa vadede fazla sorun çıkmadan varlıklarını sürdürebilmekle beraber, orta ve uzun vadede eğer yetki ve sorumluluk paylaşımları yeterince net yapılmazsa veya şeffaf bir yapı oluşturulamazsa maliyet, emek ve kazancın adil bir biçimde bölüşülmediği görüşü ortaya çıkmakta ve önemli sorunlar yaşanabilmektedir. Pek çok işletme önemli büyüme potansiyeli taşımasına rağmen belli bir noktaya kadar geldikten sonra bu nedenle dağılmakta ve bölünerek küçülmektedir.

Başarılı ve kalıcı olmayı hedefleyen esnaf ve sanatkârların yaptıkları iş kadar, işletmelerinin yapısını kurumsal bir zemine oturtmayı da düşünmeleri gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, kaliteli üretim yapmak kadar kaliteli üretimin ve işletmenin varlığının uzun vadede devam edeceği, kendileri şahsen işlerin başında bulunmasalar bile sürdürülebilir ve fonksiyonel bir sistemin adil, şeffaf ve katılımcı bir kurumsal yapının oluşturulmasını hedeflemelidirler.

Şirketleşmek gibi çok ciddi bir yapısal dönüşüme kendini hazır görmeyen ya da bu tür bir kurumsallaşma işletmesi için uygun olmayan küçük işletmelerde bile, karar alma ve yönetim mekanizmalarının belli bir sistematığa bağlanması fayda sağlayacaktır. Proje kapsamındaki araştırmalarda birçok küçük ölçekli aile işletmesinde kararlar alınırken bir istişare mekanizmasının devreye sokulduğu görülmüştür. Böylelikle kararlar alınırken bu yapılar içinde görüşülerek karşılıklı mutabakat içinde, farklı kişilerin görüş ve önerileri dikkate alınabilmektedir.

- **Makineleşme, Teknoloji ve Yenilikçilik:** Bugün en geleneksel mesleklerde bile meslek bilgisini ve sanatını modern teknolojideki gelişmeler ve verimliliği artıran makinelerle birleştirmeyen esnaf ve sanatkârın başarılı olma şansı düşmektedir. Proje kapsamındaki araştırmalarda teknolojiyi yakından takip eden, verimlilik ve kaliteyi artıran makinelere yatırım yapan ve geleneksel mesleki bilgileri ile modern teknolojiyi iyi bir şekilde harmanlayabilen işletmelerin sektörde öne çıktıkları tespit edilmiştir.

Günümüzün başarılı esnaf ve sanatkârları, ne kendi çocukluklarında öğrenmiş oldukları geleneksel üretim metodlarını hiçbir değişiklik yapmadan kullananlar, ne de mesleğin inceliklerini bilmeksizin bir makinenin düğmesine basarak üretim

yapılabileceğine inananlardır. Bugünün en başarılı esnaf ve sanatkârları modern teknoloji ve makineleşmeyi kendi sanatlarının özelliklerine göre kullanabilenler, geleneksel ile çağdaşı bir arada harmanlayabilenlerdir. Bu bağlamda her esnaf ve sanatkârın kendi mesleğiyle ilgili teknolojik gelişmeleri gerek fuarlara katılarak gerekse internet, meslek kuruluşları ve kamu kurumları aracılığıyla yakından takip etmeleri, verimlilik ve kaliteyi artıracak makinelere yatırım yapmayı öncelikli olarak tercih etmeleri gerekmektedir.

Bu bağlamda teknoloji yalnızca bir kez yatırım yapılan bir alan olarak görülmemeli, devamlı olarak eldeki teknolojinin yenilenmesi ve veriminin artırılması için yatırımlar sürdürülmelidir. Dolayısıyla hem makinelerin gerekli güncellemeleri hem de onları kullanma teknikleriyle ilgili eğitim ve yenilikler dikkatle takip edilmelidir. Bu konuda bu raporda da detaylı biçimde ele alınan kamu kurumlarının sağladığı çeşitli destek ve teşviklerden faydalanmak, büyük önem arz etmektedir.

- **Uzmanlık ve İyi Bildiği İş Yapmak:** Proje kapsamındaki araştırmalarda öne çıkan başarılı işletmelerin tamamında işletmelerin kurucu ve yöneticisi konumunda bulunan kişilerin mesleğin içinden geldiği, genellikle küçük yaşlardan itibaren mesleğin çeşitli alan ve aşamalarında çalışmış olduğu ve pek çok durumda hâlen üretimde çalışarak mesleği bilfiil icra etmeye devam ettiği görülmüştür. Bu durum onlara, işletmelerinin üretimle ilgili her sürecine tam olarak hakim olmak, istihdam politikaları hakkında daha doğru kararlar verebilmek, maliyetler ve satış stratejileri konularında hızlı önlemler alabilmek gibi avantajlar sağlamaktadır.

Bu bağlamda başarılı olmak isteyen esnaf ve sanatkârların, en iyi bildikleri işi yapmaları ve uygulamadan gelen tecrübelerini işletmenin büyümesi ve başarılı olması için kullanmaları gerekmektedir. Diğer bir deyişle “X işinde kazanç yüksek” denilerek bir meslek seçilmesi doğru bir strateji olmamakta, esnafın en iyi bildiği işi yapmak konusunda ısrar etmesi daha akıllıca görünmektedir.

Elbette ki her esnafın mesleğini küçük yaşlarda öğrenmiş olması şart değildir. Ancak her ne iş yapıyor olursa olsun, esnafın sadece finansal konularla ilgilenmek yerine o mesleğin tüm süreçleri hakkında bilgi ve uzmanlık sahibi olmaya çalışmaya ihtiyacı vardır. Bu konuda eğitim programları vb. yollarla meslekteki güncel eğilimleri izlemek ve uzmanlığı artırmak mutlaka yapılması gerekenler arasındadır.

- **Teşvik ve Destek Mekanizmalarından Etkin Biçimde Faydalanma:** Esnaf ve sanatkârın desteklenmesine yönelik, mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeleri hedef alan çok sayıda teşvik ve destek programı bulunduğu bu raporun ilgili bölümlerinde kapsamlı biçimde ele alınmıştır. Bu teşvik ve destekler farklı kamu kurum ve kuruluşları tarafından yatırımı teşvik etmek, ihracatı artırmak, teknoloji kullanımı ve yeniliği geliştirmek, kümelenmeyi daha cazip ve kolay hâle getirmek gibi pek çok farklı amaçla verilmektedir. Bu kurumların arasında Ekonomi Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, KOSGEB, TÜBİTAK ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı en başta gelenlerdir.

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki, esnaf ve sanatkâr kendilerine yönelik planlanan ve faydalanmaları hâlinde kendilerine büyük katkı sağlayabilecek bu teşvik ve destek programlarının pek çoğundan genellikle haberdar değildir. Haberdar olduklarının da çoğu hakkında doğru ve detaylı bilgiye sahip olmamakta, genelde kulaktan dolma bilgilerle bu programlara başvurmanın çok zor ve zahmetli olduğunu ya da kendilerinin bu programlardan faydalanamayacaklarını düşünmektedir.

Oysa ki bu programlar esnaf ve sanatkâr başta olmak üzere büyüyüp gelişmek isteyen, bir vizyon ve plan doğrultusunda kendisine hedefler belirleyebilen herkes için yaratılmıştır. Tek yapılması gereken, programlar hakkında doğru ve detaylı bilgi almaktır. Bu desteklerin tamamıyla ilgili bilgilere, bu raporda listelenmiş olan ilgili kurumların web sayfalarından ulaşılabilir. Ayrıca, bu kurumlardaki görevliler de esnafı teşvik ve desteklerle ilgili bilgilendirmeye hazır olduğu gibi başvuru süreçleriyle ilgili de destek sağlamaktadır.

Son Söz;

Esnaflar ve sanatkarlar, ekonominin bütünüyle uyumlu ve yerine getirdiği işlevle o bütünün günümüz koşullarında gerekli bir parçasıdır ve bu parçada yaşanacak olumlu ya da olumsuz gelişmeler bir “kelebek etkisi” ile bütün ekonomiyi etkileyecek potansiyel taşımaktadır. Esnaf ve sanatkar bu yönüyle hem ekonomiyi besleyen önemli kaynaklardan biridir, hem de ekonomiden beslenen ve bu yönüyle etkiye en açık ve kırılgan yapıya sahip bir kesimdir.

Hep dile getirildiği gibi, esnaf ve sanatkar bir ekonominin kılcal damarı ise, bu damarlar ne kadar sağlıklı olursa, bir bütün olarak bedenin de sağlıklı olması mümkündür; aksi takdirde bedenin, yaşanan küçük sorunlara bile dayanması ve direnmesi mümkün olmayacaktır. Bu sebeple esnaf ve sanatkâra Türkiye’nin ekonomik yapısından bağımsız bir şekilde bakmak mümkün değildir.

Esnaflar ve sanatkarın gelişmesi yönünde atılacak adımlarda, ekonominin genel yapısı ve dünyadaki gelişmeler göz önüne alınarak, bunlarla uyumlu şekilde değerlendirilmeli ve üretilecek çözümler, ekonominin diğer segmentlerine zarar verilmeyeceği, aralarındaki uyumun bozulmayacağı ve piyasa kurallarının aksatılmayacağı şekilde tasarlanmalıdır.

Esnaflar ve sanatkarın gelişmesi yönünde atılacak adımlarda akılda tutulması gereken diğer bir husus ise her zaman bir vizyon doğrultusunda hareket edilmesi gerektiğidir. Ancak bir vizyon doğrultusunda ve bir bütünlük içinde hazırlanan kısa, orta ve uzun vadeli planlar doğru ve sağlıklı adımların atılmasını sağlayacaktır; aksi takdirde, gündelik önlemler ve günü kurtaran çözümler esnaf ve sanatkarın yararına değil, uzun vadede zararına sonuçlar doğurabilecektir.

Tablolar Listesi

Tablo 1	Odak Grup Toplantılarının Yerleri, Katılımcı Sayıları ve Meslekler	10
Tablo 2	Giyim ve Kuşamla İlgili Hizmetlerdeki Meslek Kolları	15
Tablo 3	Deri ve Deriden Mamul Eşya ile İlgili Meslek Kolları	15
Tablo 4	Her Türlü Dokuma, Giyim, Mensucat ve Örgülük Eşya ile İlgili Meslek Kolları	16
Tablo 5	Proje Kapsamında Yer Alan Meslekler	17
Tablo 6	Tekstil ve Giyim Ürünlerinde İhracat ve İthalat Rakamları, 2005-2014 (Milyar dolar)	40
Tablo 7	Deri ve Post Ürünlerinde İhracat ve İthalat Rakamları, 2005-2014 (milyar dolar)	42
Tablo 8	Dünya Ayakkabı İhracat ve İthalat Rakamları, 2005-2014 (Milyar dolar)	44
Tablo 9	Üretici Ülkelerde Tekstil ve Giyim Sektöründe İstihdam Seviyeleri, ilk 10 ülke	46
Tablo 10	Tekstil Ürünleri İmalatı	69
Tablo 11	Hazır Giyim Ürünleri İmalatı	70
Tablo 12	Sektörün Meslekler Bazında Toplam İhracatı, 2015	71
Tablo 13	Deri ve Deri Mamulleri Sanayi İhracatı	73
Tablo 14	Türkiye'nin 2013 Yılı Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Dış Ticareti (Milyar dolar)	74
Tablo 15	2014 Ocak-Ağustos Döneminde En Fazla Tekstil İhracatı Yapılan 10 Ülke	75
Tablo 16	Türkiye'nin En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığı Ülkeler (Milyon Dolar)	76
Tablo 17	Türkiye'nin En Fazla Hazır Giyim İhracatı Yaptığı Ülkeler (Milyon dolar)	77
Tablo 18	Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (ABD doları)	77
Tablo 19	Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı (ABD doları)	78
Tablo 20	Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (ABD doları)	78
Tablo 21	Tekstil ve Hazır Giyim Sanayileri İstihdam Endeksi (2005=100)	80
Tablo 22	Tekstil ve Hazır Giyim Sanayileri İstihdam Yapısı – 2013	81
Tablo 23	Yıllara Göre İstihdam Endeksi (2010=100)	82
Tablo 24	Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı (Ücretle Çalışan Sayısı, Kişi)	82
Tablo 25	Ayakkabı Sektöründe İstihdam Edilen Kişi Sayısı	83
Tablo 26	İmalat ve Tekstil Sektörlerinde Çalışanların Eğitim Durumları Karşılaştırılması	84
Tablo 27	Çıraklık Kapsamındaki Meslekler ve Çıraklık için Gerekli Süreler	98
Tablo 28	Ayakkabı ve Saraciye Sektöründe Mesleki ve Teknik Liseler ile Mesleki Eğitim Merkezleri Öğretim Programları	100
Tablo 29	Tekstil Teknolojisinde Mesleki ve Teknik Liseler ile Mesleki Eğitim Merkezleri Öğretim Programları	101

Tablo 30	Giyim Üretim Teknolojisinde Mesleki ve Teknik Liseler ile Mesleki Eğitim Merkezleri Öğretim Programları	101
Tablo 31	Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri	103
Tablo 32	El Sanatları Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri	103
Tablo 33	Giyim Üretim Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri	104
Tablo 34	Tekstil Teknolojisi Kalfalık Dönemi Meslek Dersleri	105
Tablo 35	Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörüne Yönelik Lisans ve Ön Lisans Programları	105
Tablo 36	3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanunu Kapsamındaki Meslekler	112
Tablo 37	Sektörle İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşları: Bakanlıklar	142
Tablo 38	Yıllar İtibarıyla Tekstil ve Hazır Giyim Sektörleri Yatırım Teşvik Belgeleri	170
Tablo 39	Teşvik Rejimlerinin Destek Unsurlarına Göre Kapsamları	172
Tablo 40	İtalya İnceleme Ziyareti Programı	186
Tablo 41	Çin İnceleme Ziyareti Programı	191
Tablo 42	İyi Uygulama Örneklerinin Yerinde İncelenmesi Çalışması Kapsamında Ziyaret Edilen İşletmeler ve Görüşülen Kişiler	201
Tablo 43	Mülakat Yapılan Firmalar	214
Tablo 44	Mülakatlarda Öne Çıkan Büyüme Stratejileri	215
Tablo 45	Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyonun Bilinirlik Düzeyi	284
Tablo 46	Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyondan Alınan Hizmetler	285
Tablo 47	Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyonun Faaliyetleri	285
Tablo 48	Müşteri anketine göre alışverişlerini en çok AVM/büyük marketlerden yapanlarda en fazla etkili olan faktör	291
Tablo 49	Terzilik Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	306
Tablo 50	Dokumacılık Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	320
Tablo 51	Halı Kilim Dokumacılığı Satış ve Tamirciliği Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	321
Tablo 52	Örgücülük ve Trikotajcılık Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	332
Tablo 53	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	342
Tablo 54	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	354
Tablo 55	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	364
Tablo 56	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	374
Tablo 57	Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	385
Tablo 58	Türkiye'nin Ev Tekstilinde Dış Ticareti (\$)	395
Tablo 59	Türkiye'nin Ürün Bazında Ev Tekstili İhracatı (\$)	396

Tablo 60	Türkiye'nin Ev Tekstili İhraç Ettiği İlk 15 Ülke, 2013-2015 (\$)	397
Tablo 61	Ürün Gruplarına Göre Ev Tekstili İthalatı (\$)	398
Tablo 62	Türkiye'nin Ev Tekstili İthal Ettiği İlk 20 Ülke, 2013-2015 (\$)	398
Tablo 63	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)	400
Tablo 64	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)	413
Tablo 65	Türkiye'nin Hazır Giyim Sektöründe İhracat ve İthalatı (Milyar \$)	425
Tablo 66	Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İhracatı (1000 \$)	425
Tablo 67	Türkiye'nin Ülkeler Bazında Hazır Giyim İthalatı (1000 \$)	426
Tablo 68	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)	428
Tablo 69	Tuhafiyecilik Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	439
Tablo 70	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	449
Tablo 71	Türkiye Yastık, Yorgan ve Uyku Tulumu İhracatı (1000 \$)	460
Tablo 72	Yorgancılık Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (₺)	461
Tablo 73	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğinin İllere Göre Mali Verileri (TL)	475

Şekiller Listesi

Şekil 1	Deri Ayakkabı Üretimi	34
Şekil 2	Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ayakkabı Üretimi	35
Şekil 3	Sektörün Diğer Ana Sektörlerle İlişkisi	35
Şekil 4	Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Tedarik Zinciri	37
Şekil 5	Tekstil Sektöründe Önde Gelen İhracatçılar ve İthalatçılar, 2000 ve 2013 (Dünya Tekstil İhracatındaki % Payları Olarak)	41
Şekil 6	AB Deri Sektöründeki Üretimin Yöneldiği Alanlar	47
Şekil 7	Türkiye’de En Fazla Esnaf ve Sanatkarın Bulunduğu İller	62
Şekil 8	Mesleklere Göre Esnaf ve Sanatkar Sayısı	63
Şekil 9	Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü Tescil ve Terkin Sayıları 2013-2015	64
Şekil 10	Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründeki Esnafın Cinsiyet Dağılımı	64
Şekil 11	Mesleklere Göre Esnaf ve Sanatkarın Cinsiyet Dağılımı	65
Şekil 12	Mesleklere Göre Esnaf ve Sanatkarın Yaş Ortalamaları	66
Şekil 13	Deri Giyim Ayakkabı Sektöründeki Esnaf ve Sanatkarın Eğitim Durumu	67
Şekil 14	Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektöründeki Esnaf ve Sanatkarın Bölgesel Dağılımı (%)	67
Şekil 15	Sektörde En Fazla Çalışan Sayısına Sahip İller	68
Şekil 16	İhracat Potansiyeli En Yüksek Meslekler	71
Şekil 17	Yıllar İtibarıyla Deri Ürünleri Sektörü Dış Ticareti (Milyon dolar)	73
Şekil 18	Yıllar İtibarıyla Tekstil Sektörü Dış Ticareti (Milyar dolar)	74
Şekil 19	Yıllar İtibarıyla Hazır Giyim Sektörü Dış Ticareti (Milyar dolar)	75
Şekil 20	Yıllara Göre İstihdam Endeksi (2010=100)	84
Şekil 21	İşe Başlangıç Süreçlerindeki Kurumlar	86
Şekil 22	İşe Başlangıç Süreçlerindeki Kurumlarda Yapılacak İşlemler	86
Şekil 23	Gelir Vergisi Mükelleflerinde Mükellefiyet Süreci Tablosu	88
Şekil 24	Yatırım Teşvik Sistemine Göre İller	173
Şekil 25	Başarının Öğeleri- İyi Uygulamaların Öne Çıkan Ortak Özellikleri	202
Şekil 26	Esnaf ve Sanatkarın Büyük Şirketlerden Ayırarak Rekabette Öne Çıkarabilecek Unsurlar	207
Şekil 27	Başarılı Kümelenme Örneklerinde Öne Çıkan Özellikler	209
Şekil 28	Esnaf ve Sanatkarın Önemli Eksiklikleri	211
Şekil 29	Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkar İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	303
Şekil 30	Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkarın Eğitim Durumu	304
Şekil 31	Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkarın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	304
Şekil 32	Terzilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkarın Bölgelere Göre Dağılımı	305

Şekil 33	Terzilik Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	305
Şekil 34	Terzilik Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	306
Şekil 35	Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı (Dokumacılık)	314
Şekil 36	Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı (Halı, Kilim)	314
Şekil 37	Dokumacılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	315
Şekil 38	Halı Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	315
Şekil 39	Dokumacılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	316
Şekil 40	Halı Kilim Dokumacılığı Satış ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	317
Şekil 41	Dokumacılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	317
Şekil 42	Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	318
Şekil 43	Dokumacılık Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	318
Şekil 44	Halı Kilim Dokumacılığı Satış ve Tamirciliği Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	319
Şekil 45	Dokumacılık Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	319
Şekil 46	Halı, Kilim Dokumacılığı, Satış ve Tamirciliği Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	320
Şekil 47	Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	329
Şekil 48	Örgücülük ve Trikotajcılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	329
Şekil 49	Örgücülük Trikotajcılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	330
Şekil 50	Örgücülük ve Trikotajcılık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	330
Şekil 51	Örgücülük Trikotajcılık Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	331
Şekil 52	Örgücülük ve Trikotajcılık Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	331
Şekil 53	Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	339
Şekil 54	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	340
Şekil 55	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	340
Şekil 56	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	341
Şekil 57	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	341
Şekil 58	Ayakkabı İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	342
Şekil 59	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	352
Şekil 60	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	352

Şekil 61	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	353
Şekil 62	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	353
Şekil 63	Ayakkabı Tamirciliği ve Boyacılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	354
Şekil 64	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	361
Şekil 65	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	361
Şekil 66	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	362
Şekil 67	Cüzdan Çanta Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	362
Şekil 68	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	363
Şekil 69	Cüzdan, Çanta, Kemer vb. İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	364
Şekil 70	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	371
Şekil 71	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	372
Şekil 72	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	372
Şekil 73	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	373
Şekil 74	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	373
Şekil 75	İşlemecilik, Nakışçılık, Piko ve İlik Açma Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	374
Şekil 76	Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Meslekteki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	382
Şekil 77	Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr Eğitim Durumu	383
Şekil 78	Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	383
Şekil 79	Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	384
Şekil 80	Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	384
Şekil 81	Deri Giyim İmalatı, Satıcılığı ve Tamirciliği Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	385
Şekil 82	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	393

Şekil 83	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Eğitim Durumu	394
Şekil 84	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	394
Şekil 85	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Bölgelere Göre Dağılımı	395
Şekil 86	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	399
Şekil 87	Perde ve Mefruşat İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	400
Şekil 88	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Eğitim Durumu	411
Şekil 89	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	411
Şekil 90	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Bölgelere Göre Dağılımı	412
Şekil 91	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	412
Şekil 92	Tekstil Malzemeleri İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	413
Şekil 93	Hazır Giyim Sektörü Çalışan Kişi Sayısının İş Yeri Büyüklüğüne Göre Dağılımı	422
Şekil 94	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki, Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	422
Şekil 95	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Eğitim Durumu	423
Şekil 96	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Yoğunlukla Bulunduğu İlk 10 İl	423
Şekil 97	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Bölgelere Göre Dağılımı	424
Şekil 98	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	427
Şekil 99	Konfeksiyon İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	427
Şekil 100	Tuhafiyecilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	436
Şekil 101	Tuhafiyecilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Eğitim Durumu	436
Şekil 102	Tuhafiyecilik Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)	437
Şekil 103	Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Bölgelere Göre Dağılımı	437
Şekil 104	Tuhafiyecilik Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	438
Şekil 105	Tuhafiyecilik Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	438
Şekil 106	Tuhafiyecilik Mesleğinin Diğer Mesleklerle İlişkisi	441
Şekil 107	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	446
Şekil 108	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârn Eğitim Durumu	446

Şekil 109	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)	447
Şekil 110	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı (%)	447
Şekil 111	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	448
Şekil 112	Çeyizlik Eşya İmal ve Satıcılığı Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	448
Şekil 113	Yorgancılık Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İş Yerlerinin Cinsiyet Dağılımı	457
Şekil 114	Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	458
Şekil 115	Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)	458
Şekil 116	Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	459
Şekil 117	Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	459
Şekil 118	Yorgancılık ve Hallaçlık Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	460
Şekil 119	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkâr İşyerlerinin Cinsiyet Dağılımı	472
Şekil 120	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	472
Şekil 121	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Yoğunlukta Bulunduğu İlk 10 İl (%)	473
Şekil 122	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğindeki Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	473
Şekil 123	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğinin İhracat ve İthalat Değerleri (\$)	474
Şekil 124	Gelinlik, Gelinlik Çiçeği İmal, Satış ve Kiralama Mesleğinde Tescil ve Terkin Sayıları	474

Kısaltmalar

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma Geliştirme
BESOB	Bursa Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği
BİST	Borsa İstanbul
DEİK	Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
DGA	Deri, Giyim ve Ayakkabı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
EKÖK	Entegre Kirliliğinin Önlenmesi ve Kontrolü
ESBİS	Esnaf ve Sanatkârlar Bilgi Sistemi
GİP	Gelişen İşletmeler Piyasası
GİTES	Girdi Tedarik Stratejisi
GOTS	Küresel Organik Tekstil Standardı
GSMH	Gayrisafi Milli Hasıla
GSYH	Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
İDMİB	İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği
İŞGEM	İş Geliştirme Merkezi
İTKİB	İstanbul Tekstil Konfeksiyon İhracatçıları Birliği
KDV	Katma Değer Vergisi
KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsleri
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi
MKK	Merkezî Kayıt Kuruluşu
MÜSİAD	Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
MYK	Mesleki Yeterlilik Kurumu
NACE	Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
TEDAŞ	Türkiye Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi
TEKSİF	Türkiye Tekstil, Örne, Giyim ve Deri Sanayi İşçileri Sendikası
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
TESKOMB	Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği

TTSİS	Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
TİM	Türkiye İhracatçılar Meclisi
TİSK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
TTSİS	Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası İktisadi İşletmesi
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TPE	Türk Patent Enstitüsü
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKAK	Türk Akreditasyon Kurumu
UMS	Ulusal Meslek Standardı

