TOBB Türkiye Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclisi Başkanı Umut Oran:

Sektör haritası 2008'de çıkacak

Konfeksiyon ve hazırgiyim, tekstil ile birlikte emek yoğun bir sektör olarak Türkiye ekonomisine yaklaşık dörtte bir oranında bir katkı sağlıyor. Yıllık 35 milyar dolar dolayında hacmi olan sektörün geleceğini TOBB Türkiye Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclisi Başkanı Umut Oran'a sorduk. Diğer sektörlere de örnek olması açısından, hazır giyim için yaptıkları çalışmaları anlatan Oran, sektör statejilerinin belirlenmesi amacıyla, öncelikle "yol haritası" hazırlanması gerektiğini vurguladı. "Kümelenme" konusuna özel dikkat çeken Oran'ın Ekonomik Forum'un sorularına verdiği yanıtlar şöyle:



→ Fotoğraflar: Hüseyin ALSANCAK

Sektör meclisinizin vizyonu nedir?

Umut Oran: Öncelikle, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) sektör meclisleri oluşturma fikrini son derece yararlı olarak görüyorum. Bununla ilgili sektör kurulları çalışması sekiz dokuz yıl sürdü. Oradaki artılar ve eksiler değerlendirilerek yenilendi, bir tüzük çerçevesinde bir statü kazandı. Sektör kurullarından sonuçla, neler iyi neler kötü, nelerin daha iyi yapılabileceği görüldü ve daha geniş kapsamda 52 sektörden oluşan Türkiye sektör meclisleri oluşturuldu. Bunun gerçekten faydalı olacağına inanıyorum. TOBB, bugün 364 oda ve borsaya sahip bir konumda. Dolayısıyla hem bölgesel, hem de sektörel nabzı tutuyor. Bu sektörlerin içerisinde yapılacak çalışmalar da dolayısıyla bu bölgelerdeki ve Türkiye genelinde sektörleri temsil eden üyelerin yer alacağı bir çalışma olacaktır. Bu daha sivil bir inisiyatif olacaktır. Burada sektör meclislerini oluşturan üyeler kamudan da var, özel sektörden de var, derneklerden de var, TOBB'un bünyesinden de var. Ama daha gönüllü, karışık, Türkiye mozayiğine uyan bir yapı. Burların esas yapması gereken hadise, bir kere sektörlerinde tek sesliliği sağlamaları lazım. Yapılandırmalarını tek sesliliğe yönelik oluşturmaları gerekiyor. Meclislerin oluşumun çok önemli olduğunu ifade etmek istiyorum. Biz Türkiye TOBB Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sanayi Meclisi'nde de onu gözetmeye çalıştık. Meclislerin hem gündemi tutan çalışma yapmaları, hem de gündem yaratmaları gerekiyor. Özellikle gelecekle ilgili bir vizyon ortaya koymaları gerekiyor. Bunun içerisinde de kamunun da yer almasının son derece faydalı oldu-

ğuna inanıyorum. Kamunun, özel sektörle ilgili, sanayi ile ilgili, ihracatla ilgili bölümlerinde yer alması son derece yerinde. Ne oluyor? Bürokrasi ile özel sektör birlikte beraberce stratejilerini belirliyor veya gündemdeki konuları tartışabiliyor. Çözüm üretmeye dönük bir girişimdir. Çözüme dönük girişimde bürokratların da yer alması son derece faydalı olacaktır. Sonuçta bürokrasi ve özel sektör, sorunu çözmek için karar vericiye gidecektir yani, siyasi iradeye gidecek. Buradaki yapılacak olacak ön çalışmanın, siyasi iradenin sorunlara daha kolay çözüm üretebilmesi açısından faydalı olacağını düşünüyorum. Aksi takdirde sadece özel sektör olarak gidildiği noktada, şu olabiliyor; siyasi irade konuyu komisyonlara havale ediyor, tırnak içinde bürokrasiye havale ediyor diyebiliriz. Ya da bürokratik birtakım engeller var diyor, tabii ki siz bunlarla ilgili ön çalışmaları yaparak sorunun çözümlerini bürokratlarla beraber götürdüğünüz zaman, çözüm üretilebileceğini düşünüyorum. Bu 52 sektör meclislerinin kendileriyle ilgili bir vizyon ortaya koymaları lazım. 2010'da, 2020 ya da 2023 yılında... Her sektörün bence 10 yıllık bir stratejik hareket planı olması lazım. Bu planların her yıl revize edilmesi gerekiyor. Çoğulcu, katılımcı, müzakereci demokrasi anlamında, tek sesliliğin dışında bu yenileme, meclislerin en önemli görevlerinden biri... Aynı zamanda bu TOBB yönetimine de bir yol haritası çizecektir. TOBB'un günlük, reaktif çalışmaları var, her gün oluşan yeni birtakım konulara karşı reaktif hareket ediliyor. Bir de proaktif hareket edecekleri, gündem yaratma dediğimiz konularda sektör meclislerinin 10 yıllık çalışmalarıyla, yol haritalarıyla giderlerse daha hızlı ilerleme kaydedilir diye düşünüyorum.

Meclis olarak neyi planlıyorsunuz?

Diğer sektör meclislerine de faydalı olur diye söylüyorum, meclis olarak ne yapmayı planlıyoruz anlatayım. Meclisi oluştururken, dikkat ettiğimiz şey homojenlik oldu. Bütünü temsil etmek için sektörün alt sekmenlerini ve bölgeleri ele almamız gerekiyor. İkinci olarak kendimize bir yol haritası çizdik, buna sektör stratejisi diyelim. 2023 yılında yani Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılında nerede olduğumuzu ortaya koymamız lazım. Bu konuda TGSD Başkanlığım döneminde 2002 yılında, "Ufuk 2010" diye bir çalışma yapıldı. Bunu sadece sektör olarak değerlendirmemiştik, aynı zamanda ülkemizin menfaati açısından değerlendirerek, halkımızın kalkınması ve refahı ile ilgili, bir sektörü nasıl kullanabiliriz ki, 2010 yılında nereye geliriz diye çalışmıştık. Bu çalışmayı da sürekli olarak revize ediyoruz. Bu çalışmayı TOBB'un sektör meclisine de 10 yıllık haliyle taşıyacağız.



→ TOBB Türkiye Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclisi

"Sorunları hep birlikte ele almamız ve ortak çözüm üretmemiz gerekiyor"

Türkiye Hazırgiyim ve Konfeksiyon Meclisi nasıl oluştu?

Bizim Türkiye TOBB Hazırgiyim ve Konfeksiyon Meclisi'nde bir kere meclisi oluştururken, meclis kapsamı, coğrafi anlamda Türkiye'nin tüm bölgelerini ve sektörün tüm alt katmanlarını temsil etmesi gerekir. Örnek vererek şöyle söyleyeyim: 40 kişilik bir meclisimiz olmasına rağmen, 54 üyesi var. Bunları şöyle tespit ettik; bir, TOBB'un yönetiminin ortaya koyduğu bir liste, artı ona ilaveten sektörü temsil eden 26 tane sektörel derneği oraya ilave ettik. Sektörün yapısı, hem bölgeleri hem sektörün alt sektörleri içine alan bir çatı oluştu. İkinci olarak da; dört tane ihracatçı birliklerinden arkadaşlarımızı davet ettik. Tüzük diyor ki, bir tane başkan yardımcısı olsun. Biz sistemi şöyle kurduk; biz üç tane başkan yardımcılığı koyduk. Dediğim gibi konfeksiyon ve hazır giyimle ilgili demokratik tek seslilik yaratmak istiyorsanız, her kesimi almak zorundasınız. Bir tanesinin sanayiyi temsil etmesi gerekiyor. Çünkü bizim sektörümüz çok geniş. Baktığınız zaman 35 milyar dolarla; iç pazarıyla, ihracatıyla beraber, istihdam yaratan sektör. Sanayiyi temsilen Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı, başkan yardımcısı oldu. İhracatı temsilen İHKİB Başkan Yardımcısı meclis başkanının da yardımcısı oldu. Perakendeyi temsilen de Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı olan arkadaşımız başkan yardımcısı oldu. Dolayısıyla biz nabzı bu şekilde tutabileceğimize inanıyoruz. Sonuçta orası başkanlık mekanizmasıysa, sanayiyi temsilen oradaki en büyük sivil toplum örgütünün başkanı olan arkadaşımız, ihracatı ve perakende yani iç pazarı temsil eden arkadaşımız var. Bir kere böyle oluşturmaya çalıştık.

Peki, İstanbul'daki hazır giyimci ile Adıyaman'daki üretici aynı beklenti içinde olmaz. Beklentilerinde farklılıklar oluşur. Bunları nasıl dengeleyeceksiniz?

Bizim üretim alanımız Türkiye ama pazarımız tüm dünya. Dolayısıyla burada Türkiye'nin enlemesine ve boylamasına bir sentez oluşturmamız gerekiyor. Türkiye'yi temsil etmeyi sadece Marmara Bölgesi'nden yapamayız. Bununla ilgili bir çalışmamız da var. TGSD döneminde bu tür çalışma üzerine gittik. Türkiye'nin sorunlarını konuşuyorsanız, sizin Adıyaman'daki, Şanlıurfa'daki veya Ordu'daki arkadaşınızın sorunları da önemli. Sorunları sadece Batı'nın sorunları olarak almamak lazım. Sorunları hep birlikte ele almamız gerekiyor ve bir de ortak çözüm üretmemiz gerekiyor.

Türkiye geniş bir yüzölçümüne sahip, geniş bir nüfusa sahip. Bizim sektörde perakende dediğiniz zaman Türkiye'nin her yerinde mağaza var. Üretim dediğiniz zaman Türkiye'nin yüzde 70'inde hazır giyimle ilgili üretim yapılıyor. Dolayısıyla bütünü temsil etmemiz gerekir diye böyle bir yapı kurduk.

Hazırlıklarınız bittiğinde dünya ile rekabette sektörün geleceği ne olacak?

Türkiye'nin bugünkü gelmiş olduğu noktada, Türkiye özel sektörü her ne kadar büyümede motoru olsa da, en büyük problemi rekabet gücünün olmayışı. Rekabet gücünün analizini yaptığınız zaman ağırlıklı olarak ve ana sorun olarak karşınıza kamusal yükler çıkıyor. Burada verimlilikti, doğru yönetimdi, yenilikti, yaratıcılıktı, özellikle gümrük birliğinden sonra ve 2005'ten sonra özel sektör bunları yakaladı. Özel-

likle gümrük birliği sizi rekabete açtı. İşletmeler verimlilik adına, iyi yönetişim adına, farklılık ve yenilik adına bunu yapıyorlar. Ancak ana sorun kamusal yükler. Türkiye'nin çok ciddi anlamda yapısal reform dediğimiz reformları yapması gerekiyor. Çünkü kamu yükü, özel sektörün rekabet gününün önünde en büyük engel. Bu eşittir esasında yatırım ortamının iyileştirilmesi. Şu anda böyle bir sorunuzum var. Bu Türkiye'nin rekabet gücünü gerçekten zayıflatıyor. Ne oluyor zayıfladığınız zaman? Rekabet edemezseniz fiyat tutturamıyorsunuz. Fiyat tutturamadığınız zaman malı satamıyorsunuz, malı satamadığınız zaman istihdam yaratamıyorsunuz. Aynı zamanda katma değer yaratamıyorsunuz. Daha çok ithalata bağlı duruma düşüyorsunuz. İthalata bağlı olduğunuz zaman dış ticaret açığınız artıyor. Dış ticaret açığınız arttığı zaman cari acığını etkiliyor. Böyle bir sarmal içinde Türkiye devam ediyor. Sonuçta, cari açık, borç stoku, dış ticaret açığı artmış durumda. İçeride üretim artıyor, katma değer artmıyor, istihdam üretilmiyor. Öbür taraftan sosyal patlama işsizlik, işsizlik sosyal patlama getiriyor, hatta terörü de tetikliyor. Böyle bir durum Türkiye'nin durumu şu anda...



Kayıt dışılık ekonomimiz için ciddi sorun. Neler yapılabilir?

İstihdam üzerindeki kamu maliyetleri yüksek olduğu sürece kayıt dışılığı önleyemezsiniz. Hatta artık kayıt dışılık da değil, sınır dışına kaçıyor insanlar. Şu anda Uzak Doğu tehdidi bile bizi etkilemiyor, çünkü biz 2008 Ocak ayına kadar bir tedbir alabildik. Avrupa Birliği Komisyonu'ndan önemli 10 tane kategori içine Avrupa adına kota koydurduk. Burada bir takım gerekçeleri ve bu gerekçelerle ilgili belgeleriyle beraber... Ama kendi coğrafyamıza baktığınız zaman, Avrupa'ya, Doğu Avrupa'ya, Kuzey Afrika'ya baktığınız zaman şunu görüyorsunuz; mesela AB'ye 1 Nisan 2004 tarihinde 10 yeni üye girdi, bunlardan yedi tanesinde brüt asgari ücretin, işverene maliyeti Türkiye'den düşük. Bunlar AB üyesi oldu. Şu anda Kuzey Afrika'ya geldiğiniz zaman, Türkiye'deki brüt maliyetten aşağı yukarı yedide biri. Şimdi böyle bir ortamda şartlar eşit değil. Biz o zaman nasıl rekabet edeceğiz. Biraz önce söyledim zaten benim işgücüm ilkokul mezunu. Ben o işgücünü alıp da yüksek teknoloji içeren sektörlerde kullanamam. O zaman bu iş gücünü doğru bir yerde kullanmak lazım. Emek yoğun sektörlere bakıyorum, bırakın Uzak Doğu'yla rekabet etmeyi, hatta adı Avrupa Birliği olmuş ülkelerden bile daha yüksek vergi yüküne sahip. Bir taraftan bakıyorum, işsizlik var. Bir taraftan bakıyoruz ki kayıt dışılık var. Bu tarafta da cari açık ve borç stoku var. Borcu ödemek için çok üretmem lazım, kayıt dışılığı çözmek için vergiyi indirmem lazım, işsizliği çözmem için rekabet gücümün olması lazım. Çözüm var, ancak siyasilerin karar alması lazım. Buradaki kararlar, reform olacak. Yapısal olmak zorunda, sıradan bir karar alamazsı-

"İstihdam sağlamak için hazırgiyim sektörünü iyi kullanmak lazım"

İstihdamı en fazla sizin sektörünüz sağlıyor. Daha önce bölgesel istihdam önerileriniz oldu, kamuoyunda tartışıldı. Bugün ne düşünüyorsunuz?

Bazı gerçekler var. Buradaki bu gerçekleri kabul edip, çözmemiz lazım. Eğer Başbakan derse ki benim gayrisafi milli hasılam 2 bin 400 dolardan 5 bin dolara geldi, benim borç stokumun oranı küçüldü, enflasyon düştü, her şey çok iyi derse, o zaman biz bunları çözemeyiz. Hükümet bunları kabul edecek ki çözeceğiz. Esasında Türkiye'nin gayrisafi milli hasılası artmadı, kişi başına geliri artmadı. Türkiye'nin borç stoku azalmadı. Tek parametre var, o da kur. Yüksek faiz, düşük kur politikası ortaya böyle bir sanal veya pembe bir tablo çıkarıyor. Gerçeği kabul ettiğiniz noktada çözüm üretebiliyorsunuz. Gelelim gerçeğe... İstihdam diyorsunuz. Neden bu sektör vazgeçilmez diye bakarsak, bir kere bölgesel sorunlarımıza bakalım. En fakir ilimiz Ağrı, İzmit'le kıyasladığınız zaman arada 15 kat fark var. Bölgelerarası ekonomik ve sosyal çok ciddi fark var. Bu farklılığı gidermek için sonuçta emek yoğun sektörleri kullanmanız gerekiyor. Özellikle hazırgiyim sektörünü iyi kullanmak lazım. Türkiye'deki iş gücünü ele aldığımız zaman bunun yüzde 56'sı ilkokul mezunu. Bu oran Amerika'da yüzde 3,6, Avrupa ortalaması yüzde 2,2. Bizim işgücümüzün böyle bir olumsuz tarafı var. Genç nüfusumuz fırsat penceresi diyoruz ama bir sürü işsiz yaratıyoruz, aynı zamanda işgücümüzün içinde de böyle bir tehdit var. Bu işgücüyle kalkıp da elektrik-elektronik, otomotiv gibi bir takım yüksek teknoloji ürünlerde bu iş gücünü çalıştıramazsınız. Anadolu'dan büyük bir göç var. Bu göçün yaratmış olduğu ekonomik, sosyal, kültürel bir bozulma var. Öbür tarafta terör var. Özetle şunu şöylemek istiyorum: Hazırgiyim sektörü özellikle, devletin istihdam, göç, sosyal problemini çözebilmesi adına çok önemli bir araç. Ki, sektör öyle bir noktaya gelmiş durumda ki, yeni bir şey yaratmıyorsunuz. Zaten dünya kadar, milyar dolarlar düzeyinde para bağlamış, yatırım yapmışsınız, artık dünyada üretimde bir marka olmuşsunuz. Öbür taraftan bakıyorsunuz dünyanın ikinci büyük ihracatçısı... Çin'den sonra İtalya'yı bile sollamış. Bakıyorsunuz zaten sektör; bugüne kadar iki tane dünya başkanı çıkartmış, Avrupa Komisyonu'nda, Dünya Ticaret Örgütü'nde söz sahibi... Bir de böyle lobi gücü var. Yani, dünyada bu sektörü yönetebilme, yönlendirme gücü var. Dolayısıyla o zaman, ülkenin bunu doğru bir şekilde kullanması lazım diye düşünüyorum.

Sonuç olarak bu sektörün ya da emek yoğun sektörlerin, Türkiye'nin demografik sorunlarından dolayı orta ve uzun vadede daha çok iş yapabileceğine inanıyorum. Burada da en önemli engel olarak kamusal vergi yüklerini, özel sektörün önündeki büyük bir engel olarak görüyorum. İstihdamdaki kamu yüküne bakıyorsunuz, yüzde 42,2 ile dünyanın en yüksek ülkesiyiz. Öbür taraftan kıdem tazminatı şu anda OECD ve Avrupa Birliği ülkeleri içinde, yaklaşık 40 ülke içinde, en yüksek kıdem tazminatı yükü işveren tarafından taşınıyor. Ortalamanın üç katı üzerinde kıdem yükümüz. Zorunlu istihdam denen maalesef yüzde 6'lık bir oran var. Bu da sizin rekabet gücünüzü bir anlamda azaltıyor. Enerji girdisi de önemli. Ancak konfeksiyon ve hazır giyim için e en önemli şey istihdam üzerindeki kamu yükü. Sosyal Sigortalar'da ortalama yılda 17 katrilyon lira yük biniyor. Burada bir çözüm üretmeniz lazım, çözüm günlük olmaz. Bir reform yapmamız lazım.

nız. Çünkü bir dünyadaki rekabet şartları var bir de Türkiye'nin gerçekleri var. Burada en önemli şey, TOBB'un çatısı altındaki meclisin öncelikleri çok iyi belirlemesi lazım. Çünkü karşımıza kamu çıkıyor ya da siyasi irade çıkıyor. Öncelikleri çok iyi belirlenmesi belki öbür sektörleri de çok yakından ilgilendiren konudur, rekabet gücü adına... TOBB'un çatısı altında meclislerimizin bunlara çözüm üretmesi gerekir ve bunları daha iyi bir şekilde siyasi iradeye karşı savunabilmesi ve çözüm üretmesi gerekir.

2007'ye girdik. Bir değerlendirme yapacak olursak, sektörel bazda neler söylebiliriz?

Yirmi yıldır sektördeyim. 2006'da ilk defa eksi veriyoruz. Eksi 1,2. Bizim 2000'de yapmış olduğumuz 2010 yılı öngörümüzde her yıl yüzde 10-yüzde 15 büyüme vardı. 1985'ten bu yana da her yıl yüzde 8,3'lük bir büyüme ile ilerlemişiz. Ben 2007'de de 2006'dan farklı bir Türkiye beklemiyorum. Hatta daha da kötü olabilir. Çünkü Türkiye iki tane seçim geçirecek, Cumhurbaşkanlığı seçimi ve genel seçimler. Şunu dile getiriyorum açıkcası, yatırımcılar ve sektördeki arkadaşlarımızın sabırlı olması lazım. Bu bir yıl içerisinde ilave yatırımlara, çok büyük risklere girmemeleri gerekiyor. Çünkü bizim sektörün öncelikleriyle siyasetin öncelikleri farklı. Herkesin sabırlı olup bir sonraki seçimi beklemesi gerekiyor. Mevcut siyasi partilere de Türkiye'nin öncelikli sorunları ve onlara çözüm önerilerini, seçim bildirgelerine zorla işletmeleri gerekir ki bir taahhüt altına alsınlar. 2007 yılının özellikle reel sektör açısından, yani üretim, istihdam, ihracat, yatırım açısından çok parlak geçeceğini beklemiyorum.

Eklemek istediğiniz özel uyarılarınız var mı?

Sektör meclislerinin Dünya Ticaret Örgütü'ndeki (DTÖ) gelişmeleri çok yakından takip etmeleri gerekir. Bildiğim kadarıyla TOBB'un böyle bir komitesi var. Bizim Türkiye'de bunlar olurken, öbür tarafta da neler oluyor, izlememiz ve strateji geliştirmemiz gerekiyor.

Sanayinin ortak sorunlar üzerine neler söyleyeceksiniz?

Sonuçta bir çok ortak paydamız var. İstihdam sorunu, enerji, vergi sorunu kayıtlı olan tüm sektörleri ilgilendiren sorunlar. Veya DTÖ'nün alacağı kararlar tüm sanayiyi, veya tarımla ilgili kararlar tüm tarımla uğraşan sektörleri ilgilendiriyor. Strateji belirlemede, bir takım çözümler üretmede de, ortak akıl diyelim buna, bu platformun faydalı olacağına inanıyorum.

"Sanayi havzaları ortaya çıkacak"

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, nerede olmalı?

Türkiye'deki konfeksiyon ve hazır giyim haritasını çıkartmamız gerekiyor. Bunun adına ister sanayi envanteri deyin veya veri tabanı deyin, bizim mutlaka bir haritamızın olması lazım. Burada TOBB'un bir sanayi envanteri çalışması var, bu çalışmayı da değerlendiriyoruz. TGSD'nin de yaklaşık 10 yıllık bir Anadolu çalışması var, şu anda gözüm kapalı Hakkari'de, Şırnak'ta, Ağrı'da aklınıza gelebilecek hangi ilde kaç tane fabrika olduğunu yüzde 10 yanılmayla söyleyebilirim. TGSD'de böyle bir altyapı var zaten, bunu birçok kere kullanmaya çalışıyoruz. Bölgesel derneklerimiz var, üyelerinden bilgi alabiliyoruz. İhracatçı birliklerinden veriler alabiliyoruz. Dolayısıyla elimizde bir çok veri var. Hem 364 tane ticaret ve sanayi odası ve borsasından veri alabilme imkanımız var. Dolayısıyla bizim en geç hedefimiz 2008'in ortalarına doğru, Türkiye konfeksiyon ve hazır giyimin sektör haritasını ortaya koymak. Sanayi stratejimiz olmazsa olmaz, ama bu çalışmalar da ikinci öncelikli planımız. Sektör haritasından sonra, bunun ikinci ayağı kümelenme analizi. Yani, "cluster analysis" dediğimiz bir kümelenme, sanayi havuzu oluşturma analizi. Bu da şu anlama geliyor; Türkiye'nin bir hazır giyim ve konfeksiyon haritasını ortaya çıkarttıktan sonra, buradaki hangi alt sektörlerin, hangi bölgelerde odaklandığına bakıyorsunuz. Kümelenme analizi dediğim şeyi örnek olarak şöyle anlatabilirim: Biliyorsunuz Bursa sentetik-elyaf ağırlıklı; Denizli, Uşak, Afyon daha dokuma, bornoz ve ağır kumaşlar ağırlıklı; Diyarbakır ipek veya şu anda bizim Adıyaman'da yapmış olduğumuz bir çalışma var, orada örme giysi ağırlıklı üretim var. Bunun gibi... Bizim elimizdeki bu sanayi envanteriyle biz öbek öbek sektörlerin odaklanmalarını ortaya çıkaracak ve Türkiye'de belki beş tane, altı tane tekstil ve hazır giyim havzaları ortaya çıkacak. Bir saha çalışmamız var, biz bunu üç yıldır Adıyaman'da yapıyoruz. Buradaki amaç şu: O sektörü bir zincir gibi düşünürsek, o sektörün tüm halkalarını oluşturduğunuz zaman bu sektör burada hem büyüyor, hem de bu sektör başka bir yere muhtaç olmadan kendi kendini besliyor ve kendi kendinden besleniyor. Dolayısıyla müşteriler için bir çekim merkezi haline geliyor. Kendi arasında çözüm üretebildiği için daha hızlı hareket edebiliyor, daha ucuz fiyat avantajını kullanabiliyor. Adıyaman'da bir çalışmamız var bu konuda. İlk fazda 40'a yakın fabrikamız oluştu, hep eksikleri tamamlayarak oluştu. Eskiden Adıyaman'da sadece çaçır vardı, şimdi iplik var, terbiye var, boya var, konfeksiyon var. Şimdi bir boyahane kuruluyor, ortak bir kesimhane kuruluyor. Yıkama var. Eğitim merkezi var. Orasını bir güç haline getiriyoruz. İkinci fazımı orada, çevre illerle iletişim olarak belirliyoruz. Ne var oralarda? Kahramanmaraş, Gaziantep, Diyarbakır, Mardin, Şanlıurfa... Mardin'den iplik alacağız, Şanlıurfa'dan pamuk ve iplik, Kahramanmaraş'tan dokuma ve kumaş alacağız... Malatya'dan dokuma kumaş alacağız, yani burayı büyüteceğiz. Birinci yapmamız gereken sanayi envanteri, veri tabanı. Verileri elimize aldığımız zaman bunun bilimsel şekilde bu kümelenmeleri, bu sanayi havzalarını ortaya çıkaracağız. Üçüncü aşamada da sanayi havzaları ortaya çıktıktan sonra bunların bir kıyaslama analizini yapacağız. Nereyle yapacağız? Dünyadaki bu sistemi uygulayan veya rakip ülkelerle... Mesela Çin'de 110 tane tekstil ve hazır giyim "cluster"ları var. "Cluster" havza demek. Her havza içinde bin 500 ve 2 bin tane fabrika var. "Industrial cluster" İrlanda'nın da kalkınma modeliydi. Ben Çin'de bu havzaların birçoğunu gezdim. Kimi yerde erkek pijama var, kimi yerde takım elbise, kimi yerde deri var. Odaklanma Çin'in başarısının altında yatan bir strateji. Biz de bunlarla bir kıyaslama analizi yapacağız. Kimle? Hindistan da bu stratejiyi uyguluyor, Hindistan'la, Çin'le, İtalya ile...


Umut Oran, Çin'in kümelenme haritalarının olduğuna dikkat çekiyor.

Türkiye'de bizim bir; veri tabanı, sanayi envanteri, iki; bunun kümelenme analizini yapacağız, üç; kıyaslama analizini yapacağız. Türkiye ile Çin'i veya Türkiye ile İtalya'yı kıyaslayacağız. Dördüncü aşamada şunu yapacağız? TOBB'un içerisinde "Yatırım Yönlendirme Merkezi" oluşturacağız. Bu şu anlama geliyor? Mesela siz İstanbul'da konfeksiyon içindesiniz, Tokat'a ben yatırım yapayım diyorsunuz. Mesela Tokat Erbaa'da daha çok dokuma ürünü var. Siz merkeze geldiğiniz zaman, orada örme işi yapmak istiyorum dediğinizde biz o zaman diyeceğiz ki, yanlış olur, çünkü Tokat'taki kümelenme genelde dokumaya yönelik, sizin Adıyaman'a gitmeniz daha doğru. Çünkü sizin ürününüz orada "cluscer" oluşturuyor. Bir şekilde yatırımı doğru yönlendireceğiz, boş yere yatırım olmayacak. Siz bir fabrika kuracaksanız ilinizin sanayi odasına başvurmak zorundasınız. Dolayısıyla burada doğru çiviyi doğru yere çakmalıyız. Her yer der ki, gel yatırım yap. Laf olsun diye oraya buraya yatırım yapmamak lazım. Elindeki imkanı doğru yere yatırım yapmak lazım. Bizim de sektörün, doğru yerde doğru işi yapmasına yönlendirmemiz gerekiyor. Sizin elinizde böyle bir veri tabanı olursa, bunu kümelenme analizini yapıp, sanayi havzaları oluşturursanız, bunu bir de dünya ile kıyaslayabilirseniz, doğal bir şekilde girişimciyi yönlendirebilirsiniz. Yapılan yatırım verimli bir yatırım olacaktır.