



ARAŞTIRMA / ARTICLE

Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Üretim Coğrafyasının Biçimlenme Dinamikleri ve Bu Dinamiklerin İstanbul'a Etkileri

Dynamics That Form the Geography of International Production of Apparel Industry and Effects of These Dynamics on Istanbul

Gülşen Pelin Olcay

İstanbul Teknik Üniversitesi, Şehir ve Bölge Planlaması Bölümü, İstanbul

ÖZET

Bu makalenin amacı, hazır giyim sektörünün uluslararası üretim coğrafyasını biçimlendiren faktörleri incelemek, bu faktörlerin hangilerinin İstanbul'u nasıl etkilediğini araştırmaktır. Bu amaçla, İstanbul'da yer seçmenin hazır giyim firmalarına sunduğu avantajlar ve dezavantajlar incelenmiş, firmaların hangi sebeplerle İstanbul'u tercih ettiği ve hangi sebeplerle İstanbul'dan ayrıldığı araştırılmıştır. Çalışma genel olarak ikincil verilere dayanmaktadır. Ayrıca yazarın hazır giyim sektörünün uluslararası tedarik zincirinin coğrafyasındaki değişimleri ele alan doktora tezi kapsamında yaptığı alan çalışmasının sonuçlarından da faydalanılmaktadır. Sanayi firmaları 1950'lerden itibaren büyük ve ucuz arsa temin edebilmek için İstanbul'un dışına çıkmış; pazara, İstanbul'a ve nitelikli işgücüne yakınlık ve ulaşılabilirlik gibi faktörlerin etkisiyle İstanbul'un doğusuna ve batısına kaymıştır. Bu desantralizasyon süreci teşvik politikaları ve yapılan planlarla da desteklenmiştir. 2000'li yıllardan itibaren de İstanbul'daki hazır giyim firmalarının bir bölümü işgücünün ucuz olduğu ülkelere kaymıştır. Bununla beraber, 2009 TÜİK verilerine göre hazır giyim firmalarının %52'si İstanbul'da yer almaktadır. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki İstanbul'da tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmaların neredeyse %90'ı İstanbul'dan ayrılmayı istememektedir. Zengin işgücü havuzu, İstanbul'un sektörün önemli pazarları olan Asya ve Avrupa pazarları ile güçlü ilişkileri, hazır giyim sektörüne girdi sağlayan firmaların İstanbul'daki ofisleri ve bu ofislerin sunduğu yüz yüze iletişim avantajı İstanbul'u, yüksek maliyetlere rağmen, halen hazır giyim sektörü için tercih edilen bir merkez yapmaktadır.

ABSTRACT

The aim of this paper is to investigate factors that shape the international production geography of apparel industry and to search which of these factors effect Istanbul. For this aim, advantages and disadvantages of being located in Istanbul for apparel firms as well as the reasons of why apparel firms prefer to stay in Istanbul or to move from Istanbul have been investigated. Paper is generally based on secondary data. In addition, some of the results of field research, which is being made by the writer for her PhD thesis to investigate changes on geography of international supply chain of apparel industry, have been used. Industrial firms have been moved away from Istanbul to find out larger and cheaper land since 1950's. They have moved to east and west of Istanbul with the effects of factors i.e. accessibility as well as being close to market, Istanbul and skilled labour. This decentralization process has been encouraged by incentive policies and master plans. Some of the apparel firms in Istanbul moved to countries where labor force was cheaper in 2000's. However, according to TÜİK statistics, %52 of apparel firms have still been located in Istanbul. The researches show that nearly %90 of firms operating in textile industry do not want to move away from Istanbul. Rich labor pool, strong relationship of Istanbul with Asian and European Market and face to face communication advantages presented by Istanbul offices of the firms that supply input make Istanbul a preferable center for apparel industry despite of the higher costs.



GİRİŞ

1970'lerin başında yaşanan dünya ekonomik bunalımı ile birlikte üretim yeniden yapılanmış, daha esnek bir üretim biçimi olan post fordist üretim biçimi ön plana çıkmaya başlamıştır. Post fordist üretim sisteminde büyük fabrikalar bölünüp parçalanmış, üretim giderek daha küçük işletmelere, atölyelere kaymıştır. Dış kaynak kullanımı yöntemi (outsourcing) ile ana firma üretim sürecini farklı aşamalara ayırarak üretimde bazı süreçleri ya aynı işyerinde başka işletmelere, ya da başka mekanlarda başka birimlere devrederek üretim yaptırmaya başlamıştır. Bu gelişmelere paralel olarak, uluslararasılaşmanın yeni aşaması küreselleşme yükselişe geçmiştir. Uluslararası imalat sisteminde dönüşüm yaşanmış, ekonomik faaliyetler ulusal sınırlar boyunca yayılmamış, onun yerine imalat ve ticaret uluslararası organize edilmeye başlanmıştır.

Hazır giyim sektöründe önceleri iç pazara yönelik geleneksel yöntemlerle üretim yapılmaktayken, son 30 yılda bu sektör de küreselleşmiş, bunun sonucu olarak da daha çok gelir düzeyi yüksek ülkelerde büyük firmalar için dünyanın farklı ülkelerinde imalat yapılmaya başlanmıştır. Küresel imalat ağları çeşitli faktörlerin etkisiyle biçimlenmektedir.

Bu makalenin amacı hazır giyim sektörünün uluslararası üretim coğrafyasını hangi faktörlerin nasıl biçimlendirdiğini ve bu faktörlerin İstanbul'a etkilerini araştırmaktır. Makale 3 ana kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda hazır giyim sektörünün uluslararası üretim coğrafyasını biçimlendiren faktörler üzerinde durulmaktadır. İkinci kısımda bu dinamiklerin İstanbul'u nasıl etkilediği, firmaların hangi faktörlerle İstanbul dışına çıkarken hangi faktörlerle İstanbul'u tercih ettiği irdelenmektedir. Tartışma ve sonuç kısmında elde edilen bulguların değerlendirilmesine yer verilmektedir.

MATERYAL ve METOT

Çalışmada öncelikle literatür çalışması yapılarak hazır giyim sektöründe üretimin uluslararası coğrafyasını biçimlendiren faktörler araştırılmıştır. Daha sonra İstanbul'da yer seçmenin hazır giyim firmaları için avantajları ve dezavantajları irdelenmiştir. Bu amaçla, sanayi sektörünün İstanbul'dan desantralize edilmesinin sebepleri ve süreçleri kısaca ele alınmış, bu süreçte İstanbul'daki hazır giyim firmalarının nasıl ve hangi sebeplerle yer değiştirdiği incelenmiştir. Desantralizasyon süreci dışında, hazır giyim firmalarının İstanbul'dan ayrılmasına sebep olan başka etkenlere de değinilmiştir. Bütün bu süreçlerin sonunda sektördeki firmaların halen sayıca İstanbul'da yoğunlaşmasının altında yatan olası nedenler araştırılmıştır. Neden firmaların İstanbul'da kalmayı tercih ettiği, ayrılan firmaların halen İstanbul ile nasıl ilişkiler içerisinde olduğu irdelenmiş, bu konularda yapılan çalışmalar incelenmiştir. Firmaların en çok gittiği bölgelere göre İstanbul'un üstünlükleri de ele alınmıştır. Çalışma genel olarak ikincil verilere dayanmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalar, hazırlanan raporlar, sektörü yönlendiren planlar ve strateji belgeleri incelenmiştir. Ayrıca makalenin yazarı tarafından hazırlanmakta olan ve hazır giyim sektörünün uluslararası tedarik zincirinin coğrafyasındaki değişimleri ele

alan doktora tezi kapsamında yapılan alan çalışmasının sonuçlarından da faydalanılmaktadır.

Hazır Giyim Sektöründe Üretimin Uluslararası Coğrafyası ve Bu Coğrafyayı Biçimlendiren Faktörler

Uluslararasılaşmanın yeni aşaması küreselleşmenin yükselişe geçmesiyle birlikte uluslararası imalat sisteminde dönüşüm yaşandı ve ekonomik faaliyetlerin ulusal sınırlar boyunca yayılması yerine uluslararası imalatın ve ticaretin küresel organize edilmesi gündeme geldi (Torlak, 2002). Hazır giyim sektöründe önceleri iç pazara yönelik geleneksel yöntemlerle üretim yapılmaktaydı. Ancak son 35 yıldır giyim endüstrisi de küreselleşmiş, bunun sonucu olarak da özellikle gelişmiş ülkelerdeki firmalar için dünyanın farklı ülkelerindeki fabrikalarda imalat yapılmaya başlanmıştır. Daha çok gelir düzeyi yüksek ülkelerdeki müşteriler arasında büyük perakendeciler ve büyük markalar öne çıkmaktadır ki bu büyük oyuncular küresel tedarik haritasını maliyet, müşteri beklentileri ve moda gibi faktörleri göz önüne alarak şekillendirirler (Tokatlı ve Kızılgün, 2004). Büyük firmalar imalatın nasıl, nerde, ne zaman yer alacağına, hangi aşamada ne kadar kar elde edileceğine karar verirler (Gereffi ve Memedoviç, 2003).

Küreselleşmenin geleneksel sanayi yapısı üzerinde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Alıcılar artık daha kişiye özel ürünler talep etmektedir. Bu da seri üretimin avantajlarını azaltmaktadır. Özelleşmiş ürüne olan talep ve malın çabuk yüklenebilmesi, esnek ve hızlı hareket eden üretim sistemi gerektirmektedir. Hazır giyim sektöründe dikey entegrasyon sisteminin dağılması ve dışardan tedarik sisteminin güçlenmesinde standart üründen kişiye özel ürüne geçiş etkili olmuştur (Falck ve Hebllich, 2008). Hazır giyim sektöründe üretim uzmanlaşmış aşamalara bölünmektedir. Üretimin her bir aşaması nihai ürünün değerine en fazla katma değeri sağlayacak yerde yerleşmektedir. Bu aşamaların her birinin yer seçimi kararında, maliyet, kalite, malın yükleme zamanı ve süresi, kaliteli girdiye erişim, ulaşım ve işletim maliyetleri verileri önemli rol oynar. Ana tedarikçi/üretici firmanın yer aldığı ülkenin ekonomisinin büyüklüğüne ve gelişmişliğine bağlı olarak bu hizmetler ya tedarik zinciri içinde ana firma tarafından sağlanır ya da daha ileri ülkelerde bağımsız hizmet veren firmalar tarafından sağlanır (Nordas, 2006).

Maliyetler uluslararası tedarik coğrafyasını şekillendiren önemli faktörler arasındadır. Dunford çalışmasında tüketicinin fiyat bilincinin artmasının firmaları fiyat düşürmeye zorladığını belirtmekte, imalatın fiyat baskısıyla önce çepere sonra çeper ülkelere kaymaya başladığını, katma değeri yüksek aktivitele- rin ise merkezde kaldığını vurgulamaktadır (Dunford, 2006). İmalat sanayisi merkezdeki büyük metropoliten kentlerden çeperdeki küçük kentlere doğru yer değiştirme eğilimindedir. Büyük kent merkezleri, çeperdeki büyük ve ucuz arazi ve ucuz işgücü sebebiyle imalat yatırımları için artık daha fazla çekici olmamaktadır (Brown ve Baldwin, 2003). Tekstil sektöründe üretimin bulunduğu bölgeden ayrılarak başka bölgelerde yer

seçmesi uzun süredir bir üretim stratejisidir. Üretim 1950'li ve 1990'lı yıllarda Avrupa'da işçiliğin yüksek olduğu kuzey bölgelerden daha ucuz olduğu doğu bölgelere kaymıştır. 1990'larda Avrupa'da sektör tekrar şekillenmiş ve üretim bu kez maliyetlerin daha da düşük olduğu Asya ülkelerine kaymaya başlamıştır (Hudson, 2002).

Falck ve Heblich, sanayi yer seçiminde önceleri girdi çıktı ilişkilerinin önemli olduğunun, günümüzde ise artık bilgi yayılımının önemli olduğunun altını çizmektedir (Falck ve Heblich, 2008). Bilgi, öğrenme ve yenilik kavramları birbiri içine geçmekte, literatürde bu kavramların birbiriyle ilişkilerini açıklamaya çalışan pek çok çalışma bulunmaktadır; örtük bilgi yaparak öğrenilmekte ve yeniliğin temelini oluşturmaktadır. Hazır giyim sektörü, daha çok örtük bilginin yaparak öğrenilmesi ile elde edilen bilgiye ve pratik yeteneklere dayanmaktadır. Bir becerinin başarılı uygulaması için gereken bilginin örtük bileşenleri açıkça ifade edilemez. Bu durumda bilginin aktarılması ve ifade edilebilmesi için en iyi yol gösterim (demonstration) ve tecrübe (experience) dir. Burada öğrenme, yapma sürecinde meydana geldiğinden bu yaklaşım "yaparak öğrenme" olarak adlandırılmıştır. İnsan sermayesi bilgi üretilmesi için gereklidir. Örtük bilgi gömülü bilgi ise iyi eğitilmiş, yetenekli işçiler bu bilginin üretilmesi için şarttır. Örtük bilgi, paylaşılmış değerlere, ortak dile ve ortak kültüre sahip iki veya daha fazla insan arasında verimli bir şekilde paylaşılabilir ve yüz yüze etkileşim gerektirir (Gertler, 2001). Örtük bilgi, yenilik faaliyetlerinin anahtarı ve temel bileşenidir (Gertler, 2001; Malberg ve Maskell, 2005).

Örtük bilginin daha az hareketli olması ve yüz yüze etkileşim gerektirmesi coğrafya faktörünü de önemli kılmaktadır. Bu tecrübeli insanlar arasında sık etkileşim için coğrafi yakınlıktan daha iyi yol yoktur. Desrochers'a göre, daha pahalı kiralara ve işgücü maliyetlerine rağmen niye bazı bölgelerin tercih edildiği sorusunun cevabı, yüz yüze iletişim fırsatı sağlayan coğrafi yakınlıktır. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki müşterilerle, rakiplerle, danışmanlarla sağlanan düzenli ve yüz yüze iletişim sayesinde ekonomik aktörler toplumun ve tüketicinin değişen ihtiyaçları hakkında daha çok bilgi edinmektedir (Desrochers, 2001). Bu durumda alıcılar ve tedarikçiler arasında da yakınlık ve yüz yüze iletişim önemli hale gelmektedir. Bununla beraber coğrafyayı önemli kılan bir başka faktör modadır. Dünyadaki hızlı değişen moda sebebiyle hazır giyim ihracatında coğrafyanın önemi artmıştır (Madger, 2005).

Ürünün özellikleri de üretim coğrafyasını biçimlendirmektedir. Standartlaşmamış ürün üreten firmalar merkezde yerleşecektir, bu ürünler için araştırma ve geliştirme faaliyetlerine, bilgiye ve yetişmiş bilgili işgücüne ihtiyaç olacaktır. Zamanla ve tecrübeyle ürün standart hale gelecek, daha az yetişmiş işgücü üretimde yeterli olacak, bu durumda üretim daha ucuz bölgelere kayabilecektir (McCann, 2001).

Küresel tedarik coğrafyasının şekillendiren faktörlerden birisi de yasal ve ticari düzenlemelerdir. Firmaların yer aldığı coğrafyadaki ticari düzenlemeler hem firmaların ilerlemesinde hem

de tedarik coğrafyasının şekillenmesinde önemli etkenlerdir (Tokatlı ve Kızılgün, 2004). İthalatı şekillendiren faktörler arasında kotalar ve vergiler de gelmektedir. Bu sebeple Asya ülkelerinin tekstil sektöründeki başarısının sebepleri arasında devlet politikalarının önemi büyüktür (Gereffi ve Memedoviç, 2003). 1 Ocak 2005 tarihinde Çok Elyafıllar Anlaşması'nın (Multifiber Agreement-MFA) dolması ve Çin dahil pek çok ülkeye uygulanan ithalatta miktar sınırlamasının (kota) kalkması ile pek çok büyük giyim firması imalatlarını Çin'e kaydırmış ve imalat yaptıkları ülkelerdeki üretim miktarlarını azaltmışlardır. Küresel ticareti yöneten pek çok ayrıcalıklı ticaret anlaşmaları ile Mısır gibi ülkeler, üretim açısından, nihai konumdaki kilit pazarlara erişim avantajına sahiptir (Madger, 2005).

Sonuçta hazır giyim sektöründe üretimin farklı aşamaları nihai ürüne en fazla değeri katacak yerde yer seçmekte, üretim ağları ve dolayısıyla üretimin coğrafyası maliyet, beşeri sermaye, bilgi-öğrenme-yenilik, mekansal yakınlık, yüz yüze ilişkiler, kanuni ve ticari düzenlemeler gibi faktörlerin de etkisiyle biçimlenmektedir.

Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Üretim Coğrafyasını Biçimlendiren Faktörlerin İstanbul'a Etkileri

Hazır giyim sektörü Türkiye'nin geleneksel sanayi kollarından ve ülke sanayisinin önde gelen sektörlerinden birisidir. Tekstil sektörü ve hazır giyim sektörü birlikte değerlendirildiğinde Türkiye'nin toplam GSYİH'nın %10'undan fazlasını sağlamaktadır (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2012). Hazır giyim sektöründe ihracat miktarı 1985 yılından 2008 yılındaki krize kadar artış göstermiş, krizle beraber bir miktar düşmüş ancak 2010 yılında tekrar artış kaydetmiştir. Sektörün Türkiye'nin toplam ihracat içindeki payı 1996'larda %27'lere ulaşmış olmakla beraber, diğer bazı sektörlerin ihracat performansının artması ve hazır giyim sektörünün ihracat performansının bir miktar azalması sebebiyle 2012 yılında toplam ihracat içinde hazır giyim sektörünün payı %7.8'lere kadar gerilemiştir. Bununla birlikte sektörde ihracatın ithalatı karşılama oranı oldukça yüksektir; 2012 yılında yaklaşık 12 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı, 2 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapılmıştır. Böylece sektör yaklaşık 10 milyar dolar dış ticaret fazlası vermiştir (www.dtm.gov.tr). TÜİK 2009 verilerine göre imalat sektöründe faaliyet gösteren işyerlerinin %16'sı, imalat sektöründe istihdam edilenlerin %15'i hazır giyim sektöründe yer almaktadır (www.tuik.gov.tr). Türkiye Avrupa'daki, hatta Avro-Akdeniz (Euro-Med) veya Avro-Asya (Euro-Asian) bölgesindeki en büyük hazır giyim üretim kapasitesine sahip ülkedir (DPT, 2006). Din ve Fattah da çalışmalarında, en büyük pazarı AB olan 7 Akdeniz ülkesini, Mısır, Ürdün, Lübnan, Fas, Suriye, Tunus ve Türkiye'yi karşılaştırmakta, Türkiye'nin bölgede üretilen toplam tekstil ve hazır giyim ürünlerinin %58'ini tek başına üreten en büyük üretici olduğunu belirtmektedir (Din ve Fattah, 2008). Dünya Ticaret Örgütü'nün 2011 verilerine göre dünya hazır giyim ihracatında 8. sırada yer alan Türkiye aynı yılın verilerine göre AB'nin Çin ve Bangladeş'ten sonra 3. büyük tedarikçisidir (www.wto.org.tr). Türkiye'nin hazır giyim

sektöründe AB'nin en büyük tedarikçisi olmasının sebeplerinin başında AB'ye coğrafi yakınlık gelmektedir (DPT, 2006).

Hazır giyim firmalarının sayıca en çok yoğunlaştığı kent İstanbul'dur. Cumhuriyet sonrası Türkiye'deki sanayileşme hareketi ağırlıklı olarak İstanbul'da başlamış, sanayi firmalarının ilk yayılma bölgesi İstanbul'un doğusu olmuş, firmalar daha sonra da batıya yani Trakya Bölgesi'ne kaymıştır (Sazak, 2002). Sanayinin İstanbul dışında yer seçmeye başlaması 1950'lere kadar uzanmaktadır. Başlangıçta Çayırova-Gebze yöresinin seçilme kriterleri ucuz arsadır. 1960'lardan sonra bu yörenin teşviklerden yararlanması yer seçiminde etkili olmuştur. Diğer etkenler pazara yakınlık, yönetim merkezine yakınlık, nitelikli işgücüne yakınlık, yan sanayilere yakınlık (Bölen, 1982), İstanbul'a yakınlık ve ulaşım olmuştur (Erkut ve Albayrak, 2004). 1970'lerde sanayi tesisleri İzmit'in yanı sıra Trakya Bölgesi'nde çoğalmaya başlamışlardır. Trakya'da 1970'lerde kalkınmada öncelikli yerler kapsamına alınan Çerkezköy ile başlayan sanayileşme 1980'lerde de sürmüştür. Özellikle 1990'lardan sonra sanayinin Trakya'ya kayması hızlanmış, sanayileşme hareketi bu dönemde Çorlu ve Lüleburgaz'da etkilenmiş ve Çorlu-Lüleburgaz-Çerkezköy aksı oluşmuştur (Sazak, 2002). Sanayinin Trakya Bölgesi'nde yer seçmesinde öncelikli etkenlerden birisi teşvikler olmuştur. Bölgede teşvik belgelerinin 1980-1990 yılları arasında %60'ı, 1990-2000 yılları arasında %88'i imalat sektörüne verilmiştir (Öcal, 2006). Pazara yakınlık, İstanbul'a yakınlık, yer altı su kaynakları ve ulaşılabilirlik sanayinin bölgede yer seçmesinin diğer önemli sebepleridir (Sazak, 2002; Bölen, 1982).

Çayırova-Gebze yöresinde daha çok demir-çelik, kimya, gıda, metal eşya, plastik ve makine sektörleri gelişmiştir¹ (Erkut ve Albayrak, 2004). Tekstil sanayi daha çok, başta Çorlu ve Çerkezköy olmak üzere, Trakya Bölgesi'ne kaymıştır^{2,3} (Trakya Kalkınma Ajansı, 2009; Ak, 2008; OECD, 2008).

Öte yandan yapılan planlar da sanayi üretiminin İstanbul dışına çıkmasını çok uzun yıllardır teşvik etmekte ve hatta zorunlu hale getirmektedir. Başta tekstil ve hazır giyim sektörü olmak üzere kirletici ve emek yoğun sanayinin İstanbul'dan desantralize edilmesi gerektiği 1966 yılında onaylanan Sanayi Alanları Nazım İmar Planı'nda (Yüzer, 2002), 1976 yılında hazırlanan İstanbul Şehirsel Gelişme Projesi'nde (Sazak, 2002), 1980'lerde onaylanan İstanbul Metropolitan Alan Nazım İmar

Planı'nda, 1995'de onaylanan İstanbul Metropolitan Alan Alt Bölge Nazım İmar Planı'nda (Yüzer, 2002), 2009 yılında onaylanan 1/100000 Ölçekli İstanbul Metropolitan Alan Nazım İmar Planı'nda hep vurgulanmıştır. Planlarda genel olarak Metropolitan alan içinde sanayilerin yer seçimi sırasında fazla miktarda hava ve su kirliliği tehlikesi, trafik sorunu ve su sıkıntısının dikkate alınması gerektiğinin altı çizilmiş, çok su tüketen tekstil ve benzeri sanayinin acilen İstanbul dışına nakledilmesi, İstanbul için gerekli olan gelişmiş teknolojiye sahip birimlerin gelişmesinin sağlanması öngörülmüştür.

Hazır giyim imalatı 2000'li yıllara kadar daha çok İstanbul'dan başta Trakya olmak üzere ülke içindeki diğer bölgelere kayarken 2000'li yıllardan sonra İstanbul'dan yurt dışına kaydığı görülmektedir. İTKİB, 2001 yılından itibaren hazır giyim sektöründeki üretim ve ihracatın İstanbul gibi büyük metropollerden uzaklaşma eğilimi içine girdiğinin, ABD kotaları ile ilgili sorunları aşmak ya da AB pazarına daha yakın bir bölgeye yerleşmek amacı ile bazı Türk firmalarının hazır giyim üretimini tamamen ya da kısmen Doğu ya da Orta Avrupa ülkelerine kaydırıldığının altını çizmektedir (İTKİB, 2001). DPT de Türkiye'de üretim yaptığı takdirde maliyetlerin yüksekliği nedeniyle rekabet gücü kalmayacağı için, üretimini tamamen veya kısmen, başta Özbekistan, Türkmenistan, Romanya, Bulgaristan, Mısır, Ürdün, Çin olmak üzere yurt dışına kaydıran tekstil ve konfeksiyon firması sayısının 100'ü bulduğunu ifade etmektedir (DPT, 2006). Çok Elyafılar Anlaşması'nın (Multifiber Agreement-MFA) getirdiği kotaların 2005 yılında kaldırılmasından sonra başta Çin olmak üzere Asya ve Afrika ülkelerindeki firmalar ucuz işgücünden kaynaklanan rekabet avantajı elde etmiştir. Alt ve orta segmentte yer alan, daha ucuz ve daha basit ürünlerin imalatı, işçiliğin daha ucuz olduğu bu Asya ve Afrika ülkelerine kaymıştır. Örneğin, Madger çalışmasında Mısır'ın ağırlıklı olarak AB ve ABD pazarına, daha çok alt ve orta pazar segmentine yönelik basit mallar ürettiğini belirtmektedir (Madger, 2005).

Bu etkenlerle bir yandan sanayi İstanbul'un dışına kayarken bir yandan da İstanbul zengin işgücü havuzu ve ulaşım avantajları gibi sebeplerle sanayi sektörü için çekiciliğini hep korumaya devam etmiştir (Ak, 2008). İstanbul'da hizmet sektörlerinin ağırlığının arttığı ekonomik dönüşüme rağmen, sanayi sektörü sunduğu istihdam olanakları açısından kayda değer bir yer tutmaya devam etmektedir (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2010). Diğer OECD metropollerinin aksine, İstanbul'un ekonomisinde tekstil ve bu sektörün yan sanayisi gibi emek yoğun ve düşük teknolojiye sahip imalat sektörlerinin önemli bir yer tuttuğu gözlenmektedir (OECD, 2008). Hazır giyim sektörü halen İstanbul'un ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Sektörde faaliyet gösteren firmalar İstanbul'da yığılmaya devam etmektedir (İBB, 2009). Hazır giyim sektöründe sayıca en fazla firma İstanbul'da yer almaktadır. Bu sektörde faaliyet gösteren firmaların 1992 yılında %31'i; 2002 yılında %36'sı, 2009 yılında %52'si İstanbul'dadır (www.tuik.gov.tr).

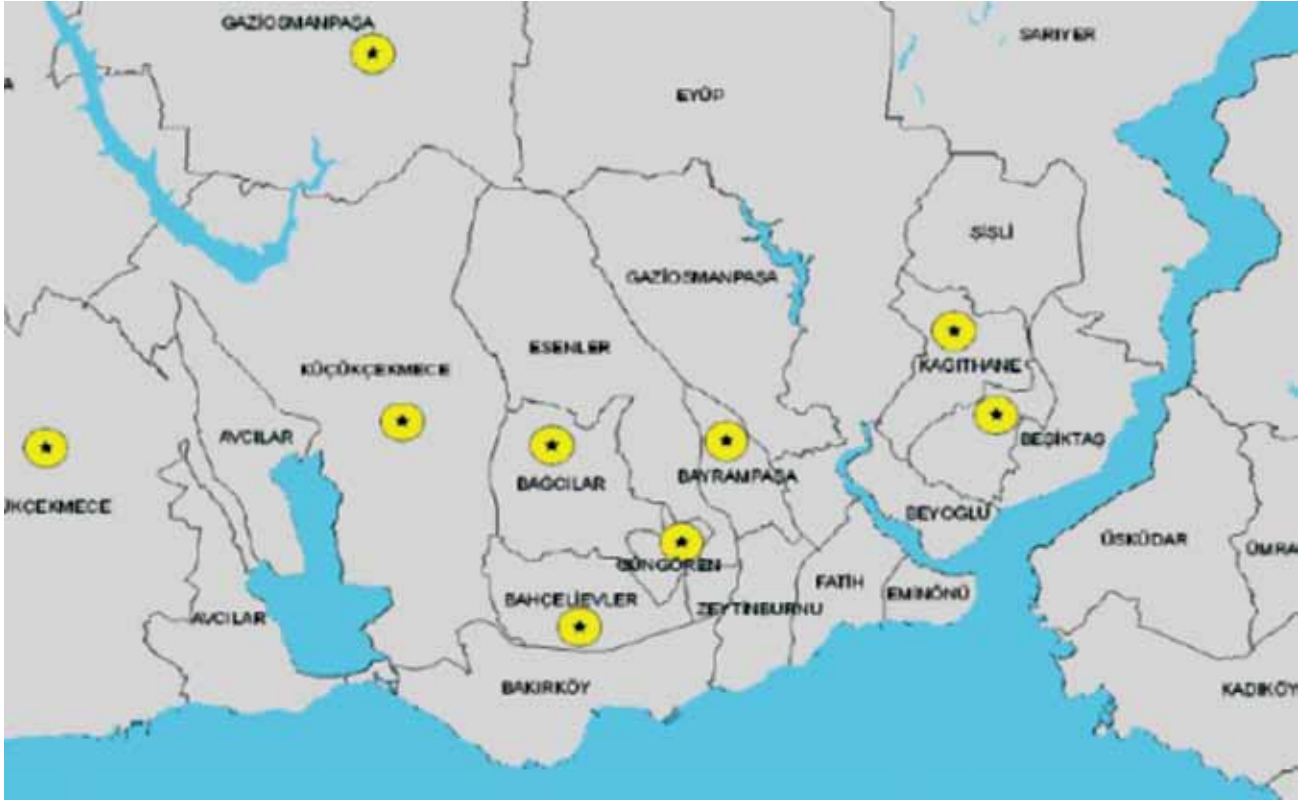
Tekstil sektörünün İstanbul'un GSYİH'da payı %26'dır (OECD, 2008). İstanbul'da imalat sanayi içinde tekstil sektörü, firma

¹ TR42 Düzey 2 Bölgesi'nde firma sayısı bakımından öne çıkan sektörler ana metal sanayi (%20), makine sanayi (%13), gıda sanayi (%10), ulaşım araçları sanayi (%8) ve tekstil ve tekstil ürünleri sanayi (%7)'dir. Bölgedeki tekstil firmalarının %33'ü Kocaeli'ndedir. TR42 Düzey 2 Bölgesi, kendisine komşu olan İstanbul, Bursa gibi ülkenin diğer gelişmiş sanayi bölgeleri ile karşılaştırıldığında tekstil sektöründe oldukça geri planda kalmıştır (Marka Kalkınma Ajansı, 2010)

² TR21 Düzey 2 Bölgesi'nde firma sayısı bakımından öne çıkan sektörler tekstil sanayi (%33), gıda, içki ve tü-

tün sanayi (%23), taş, toprak ve maden sanayi (%11), makine, teçhizat, otomotiv yan sanayi (%10)'dir. Bölgedeki tekstil firmalarının % 85'i Tekirdağ'dadır (Trakya Kalkınma Ajansı, 2010).

³ OECD, İstanbul'un desantralizasyon sürecinin etkilerinin göz ardı edilmesi durumunda Tekirdağ'ın mekansal gelişiminin tam olarak analiz edilemeyeceğini vurgulamaktadır. 2000 yılı verilerine göre tekstil sektörünün toplam istihdam içinde payı %40, üretilen katma değer içinde payı %30'dur. Hazır giyim sektöründe istihdam 1995 yılında %9 iken 2000 yılında %16,5'e çıkmıştır (OECD, 2008).



Şekil 1. İstanbul'da Tekstil Firmalarının Mekansal Dağılımı. (Kaynak: İBB, 2009).

sayısı açısından %37'lik payla birinci sırada yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde faaliyet gösteren toplam firma sayısı 4.958, toplam çalışan sayısı ise 301.127'dir (İBB, 2009). Tekstil sektöründeki istihdamın içinde hazır giyim sektörünün payı giderek artmaktadır. OECD bu durumu küresel pazardaki talep artışına bağlamaktadır (OECD, 2008). Tekstil firmaları ağırlıklı olarak Avrupa Yakası'nda ve kentin çeperlerindeki ilçelerde yoğunlaşmaktadır. Buna göre; Güngören %11,3'lik payla en fazla firmanın yer seçtiği ilçe olurken, bunu, Küçükçekmece (%10,9), Bağcılar (%8,4), Büyükçekmece (%8,2), Bahçelievler (%7,5), Bayrampaşa (%7), Kâğıthane (%7,2) ve Gaziosmanpaşa (%6) izlemektedir. Bu sektördeki firmalar Anadolu Yakası'nda ise daha çok Ümraniye (%3,8)'de yer almaktadır (Şekil 1), (İBB, 2009).

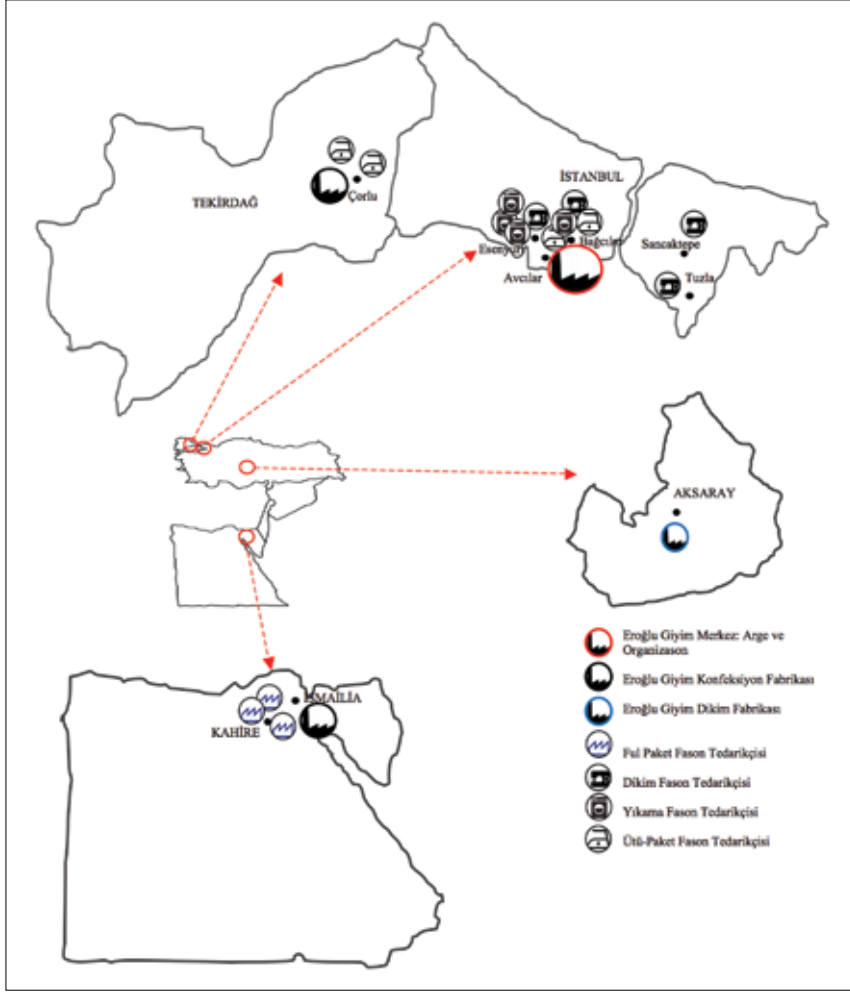
İstanbul İli genelinde imalat sanayi sektörlerinde çalışan sayılarına bakıldığında, çalışanlarının %43'ünün tekstil ve tekstil ürünleri imalatında istihdam edildiği görülmektedir. İstanbul'daki tekstil firmaları ağırlıklı olarak, küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. 10-24 kişi çalıştıran firma sayısı 1.767 (%36), 25-49 çalışanı olan firma sayısı ise 1.371'tir (%28). İstanbul'daki ilk 500 sanayi kuruluşunun sektörel dağılımında, tekstil ve tekstil ürünleri imalatının %21 ile birinci sektör olarak öne çıktığı görülmektedir (İBB, 2009).

Ak'ın (2008) İstanbul Metropolitan Planlama Merkezi tarafından yapılan anket çalışmalarını temel alarak yaptığı çalışmada İstanbul'daki sanayi sektörünün yer değiştirme eğilimi incelenmiştir. Araştırma, İstanbul'da tekstil gibi emek yoğun

sektörlerden çok sermaye yoğun sektörlerin yer değiştirme eğiliminde olduğunu göstermektedir.

İstanbul'daki 1241 tekstil firmasının sadece %26'sı yer değiştirmek istemektedir. Makine, ulaşım ve mobilya gibi daha sermaye yoğun sektörlerde yer değiştirme eğilimi emek yoğun sektörler göre daha yüksek olup sırasıyla %43, %38 ve %42'dir. Yer değiştirmek isteyen tekstil firmalarının %90'ı yine İstanbul içinde yer değiştirmeyi isterken, %5'i başta Gebze ve Çorlu olmak üzere Marmara Bölgesi içinde yer değiştirmeyi tercih etmekte, %5'i ise ülke içinde başka bölgelere gitmeyi istemektedir. Yer değiştirmek isteyen tekstil firmaları İstanbul içinde, sektördeki firmaların yoğunlaştığı bölgelerde yer seçmek istemektedir. Bu durum, tekstil sektöründe birbirine girdi sağlayan firmaların birbirine yakın olmayı tercih ettiğini ve yakın olmanın bu firmalar için önemli olduğunu göstermektedir. Araştırmaya göre, yer değiştirmek isteyen bu firmaların %22'si sektöre yakın olmak, %22'si ulaşım avantajları, %16'sı ise işgücüne yakınlık için yer değiştirmek istemektedir. Tekstil firmalarının İstanbul'da kalmak isteme sebeplerinden birisi, kentin hızlı kentleşmesinin ve nüfus artışının tekstil gibi emek yoğun sektörler için büyük bir işgücü havuzu yaratmasıdır. Bir başka sebep hem İstanbul'un kendisinin tekstil sektörü için bir pazar olması hem de kentin Avrupa ve Asya pazarları ile güçlü bağlantılarının olmasıdır. Sektöre hammadde sağlayan firmaların Avrupa yakasında yoğunlaşmış olması da firmaların İstanbul'da kalmak istemelerinin bir başka nedenidir (Ak, 2008).

Bir yandan hazır giyim ve tekstil firmalarının büyük kıs-



Şekil 2. 2012 yılı Eroğlu Giyim'in Üretim Tesisleri'nin ve Fason Tedarikçilerinin Lokasyonları.

mı İstanbul'dan ayrılmayı tercih etmezken diğer yandan İstanbul'dan ayrılan firmaların İstanbul ile ilişkisi de sürmektedir. Sazak'ın çalışmasına göre⁴ Çorlu'da yer seçen sanayi tesislerinin girdi-çıkıtı açısından Marmara Bölgesi'ne ve İstanbul'a bağımlılık oranı yaklaşık %50'dir. Çorlu'daki tesislerin %97'sinin İstanbul ile ilişkisi vardır; firmaların %91'inin merkezi, %30'unun imalat tesisleri dışındaki yan tesisleri İstanbul'dadır (Sazak, 2002). Bu veriler hazır giyim sektörünün tedarik zincirinin coğrafyası ile ilgili hazırlanmakta olan bir doktora tezi kapsamında incelenen Eroğlu Giyim firmasının yapısı ve işleyişi ile de paralellik göstermektedir. 2003 yılından beri İstanbul'da imalat yapmayan, imalat birimlerini Çorlu, Aksaray ve Mısır'a taşıyan Eroğlu Giyim firması fason imalatın yarısını Mısır'da yarısını İstanbul'da yaptırmaktadır.^{5,6} 2003 yılına kadar sadece İstanbul'da üretim yapan ve yaptıran firma 2003 yılında imar

planlarından kaynaklanan kısıtlar sebebiyle Çorlu'da, 2004 yılında teşviklerden faydalanmak için Aksaray'da ve 2007 yılında daha ucuz üretim yapmak, ABD'ye ihracat avantajlarından faydalanmak için Mısır'da fabrika kurmuştur (Şekil 2). Türkiye'deki fason dikim ve yıkama üretiminin tamamına yakını İstanbul'da yaptırılmaktadır. Sadece ütü paket işlemlerinin bir kısmı Çorlu'da fason yaptırılmaktadır. Firma yetkilileri fason işlerde neden İstanbul'u tercih ettikleri sorusuna, İstanbul'da alternatiflerin fazlalığı; İstanbul'da⁷ yer alan yönetim ekibine (kalite kontrol gibi) yakınlık; ürünün niteliği veya üretim süresi açısından yapmakta zorlandıkları ürünleri yaptırabilmek şeklinde cevap vermektedir.⁸ Ayrıca firma, şundaki organizasyonları ile İstanbul dışında fason iş yaptırmalarının zor olduğunun altını çizmekte, Aksaray'daki fabrikanın biraz daha geliştikten sonra kendileri için Anadolu'nun "hub"ı olacağını ve buradan Adana ve Mersin'e fason iş verebileceklerini belirtmektedir.⁹

⁴ Sazak çalışmasında Çorlu-Büyükkarıştıran sanayi bölgesindeki 93 fabrikanın %54'ü ile, Çorlu genelindeki 454 fabrikanın %11 ile görüşmüştür. Firmaların %70,5'i tekstil sektöründe faaliyet göstermektedir.

⁵ Üretimin %45'i Çorlu'daki fabrikada, %11'i Mısır'daki fabrikada yapılmakta; %22'si İstanbul'da fason, %22'si Mısır'da fason yaptırılmaktadır. Çor-

lu'daki üretimin bir kısmı Aksaray'da dikilmektedir.

⁶ Fason firmalar Bağcılar, Güngören, Esenyurt'da yoğunlaşmaktadır. Asya yakasındaki firmalar ise Sancaktepe ve Tuzla'da yer almaktadır. Firmaların bir kısmı şehir içindeki ticaret bölgelerinde yer alırken özellikle yıkama firmaları sanayi bölgelerinde yer almaktadır.

⁷ İstanbul'da arge, pazarlama, satınalma, kalite kontrol birimleri gibi yan tesisler bulunmaktadır.

⁸ Fason yıkama firmaları ürünlerinin %70'inin kompleks ürünler olduğunu belirtmektedir. Dikim firmaları, müşterilerinin bant sisteminde daha kolay dikilebilen göreceli daha kolay

ürünleri içerde (inhouse) ürettiklerini, üretim bandında seri üretilmesi zor; daha kompleks ürünleri fason firmalara diktirdiklerini belirtmektedir.

⁹ Firmaya fason iş yapan İstanbul'daki firmalar Çorlu fabrikadan maksimum 150 km, Mısır'daki firmalar Mısır fabrikadan maksimum 110 km uzakta-

Tablo 1. İstanbul, Tekirdağ ve Kocaeli'nin İller Arası Rekabet Endeksi ve Alt Endeksleri. (Kaynak: URAK, 2010).

	Beşeri sermaye ve yaşam kalitesi alt endeksi	Markalaşma becerisi ve yenilikçilik alt endeksi	Ticaret becerisi ve üretim potansiyeli alt endeksi	Erişilebilirlik alt endeksi	Rekabet endeksi
İstanbul	2	1	1	1	1
Tekirdağ	35	20	10	3	7
Kocaeli	13	14	4	6	5

Eroğlu Giyim'in fason olarak yaptırdığı dikim ve yıkama işlemlerini günlük olarak takip ettiği göz önüne alınırsa firmanın gün içinde gidip gelinebilecek mesafelerde fason iş yaptırdığı söylenebilir. Firmanın 2012 yılında düzenli çalıştığı 4 dikim firmasının İstanbul'da öncelikli yer seçim sebebi kalifiye işgücüdür. Firmanın fason dikim tedarikçilerinden birisiyle yapılan görüşmede "Bağcılar'daki bir işçi ile Esenyurt'daki bir işçinin ürettiği malın kalitesi bile farklıdır, Bağcılar'daki işçi daha kaliteli ürün üretir. Eroğlu Giyim'in başka şehirlerde ve ülkelerde üretim tesisleri kurması bizi çok etkilemez, bizim yaptığımız işçiliği onlar yapamazlar" ifadesiyle coğrafyanın ve işgücünün niteliğinin üretim kalitesi üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Aslında burada ifade edilen şey örtük bilgi ve örtük bilginin coğrafyada gömülülüğüdür.¹⁰ 4 yıkama firması ise ulaşım, pazara yakınlık gibi sebeplerle İstanbul'da yer seçmiştir. Yıkama proseslerinde yenilik ön plana çıkmaktadır. Firma ile yıkama tedarikçileri ortak çalışmalar yapmakta, bir takım aparatlar geliştirerek proste yenilik yapmaktadırlar. Bu da firma ve yıkama fason tedarikçilerinin birebir çalışmasını gerektirmektedir. Eroğlu Giyim'in aksesuar tedarikçilerinin fabrikaları Marmara Bölgesi'nde (Çorlu, Çerkezköy, Bursa, İstanbul), kumaş tedarikçilerinin fabrikaları Anadolu'da (Adana, Kayseri, Bursa, Malatya, K.Maraş) yer almaktadır. Ancak bu firmaların hepsinin İstanbul'da ofisleri (Şişli, Eyüp, Bağcılar, Güngören, Kadıköy, Beykoz) bulunmaktadır. Firma özellikle kumaş firmaları ile her gün yüzyüze görüşme yapmakta, sadece devam eden imalatın takibi yapılmamakta, nihai müşterilerin hem şimdiki hem de gelecekteki ihtiyaçları ve beklentileri paylaşılmaktadır. Tedarikçilerin İstanbul'daki ofisleri yüzyüze iletişim için oldukça önemlidir. Eroğlu Giyim firması ve tedarikçileri için İstanbul, ulaşım ve pazara yakınlık gibi avantajların yanı sıra kalifiye işgücü, üretim ve yönetim ekibine mekansal yakınlık ve yüzyüze iletişim açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Firmanın İstanbul dışında ve yurt dışında imalat yapmasının ve yaptırmasının sebepleri ise, ucuz işgücü, düşük maliyetler, imalat yatırımı yapmak ve uluslararası ticaretin getirdiği avantajlardan faydalanmak olarak sıralanabilir.

Rekabet açısından bakıldığında İstanbul diğer sektörlerde olduğu gibi hazır giyim sektöründe de diğer pek çok kente göre önemli avantaj ve üstünlüklere sahiptir. URAK tarafından hazırlanan rekabet endeksinde ve bu endeksin alt endekslerin-

de İstanbul tüm kentler arasında ilk iki sırada yer almaktadır (Tablo 1).

Diğer yandan İstanbul'dan Trakya'ya kayan firmaların en çok tercih ettiği Tekirdağ hazır giyim sektörü için bazı dezavantajlara sahiptir. Kent, Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi'nde 35. sırada, Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksinde 20.sırada yer almaktadır. Bu durum Trakya Bölge Planı'nda da vurgulanmaktadır. Plana göre, Trakya Bölgesi coğrafi ve lojistik üstünlüklere sahip olmasına rağmen, fiziksel ve sosyal altyapıdaki eksiklikler, bölgenin daha fazla yatırım çekmesinin önündeki engellerden birisidir. Trakya Bölgesi'ndeki işletme yapısı incelendiğinde, KOBİ'lerin rekabetçilik güçlerinin yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Trakya Bölgesi'nde en çok tekstil firmasının yer aldığı Tekirdağ, ticaret ve üretim açısından önemli bir potansiyeli barındırmakla birlikte, beşeri sermaye alanında alt dilimlerde yer almaktadır. Trakya Bölgesi'nin insan kaynakları profili, yenilikçilik faaliyetlerinin verimli şekilde gerçekleştirilmesi için yeterli değildir. Çorlu ve Çerkezköy İstanbul'a yakınlıkları nedeniyle kalifiye işgücüne ve akademik desteğe erişimin kolay sağlanabileceği sanayi bölgeleridir (Trakya Kalkınma Ajansı, 2010). Kalifiye işgücü hazır giyim sektörü için çok önemli bir yer seçim faktörüdür. Nitelikli işgücünden faydalanmak isteyen firmalar hazır giyim sektöründe ya yüksek işgücü maliyetlerine rağmen İstanbul'da kalmaya devam etmekte, ya da Trakya örneğinde olduğu gibi nitelikli işgücünü İstanbul'dan temin etmektedir.

DPT, tekstil ve hazır giyim sektöründe yatırım yerlerinin daha ziyade büyük yerleşim merkezlerinde yoğunlaştığını, işgücü, enerji gibi faktörler dikkate alındığında bu bölgelerin yatırım yeri olarak değerlendirilmesinin rantabl olmadığını vurgulamaktadır. Hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalar İstanbul'da yoğunlaşmış olmakla beraber, bu firmaların Türkiye'de işçiliğinin en pahalı olduğu bu kentte varlıklarını orta ve uzun vadede sürdürmeleri çok zordur. DPT, hazır giyim sektöründe emek yoğun dikim ve dikim sonrası işlemlerin teşvik alan illere kaydırılmasında fayda olduğunu belirtmektedir (DPT, 2006). Diğer yandan Sanayi Bakanlığı, kotaların kaldırılmasıyla uluslararası pazarlarda kıyasıya rekabetin yaşandığı yeni bir dönemin başladığının, bu döneme kadar düşük maliyetli ürünler bazında rekabet etmeye çalışan Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü'nün rekabet alanının değiştiğinin altını çizmektedir. Sektör geleneksel ve basit ürünlerle rekabet etmek yerine, yüksek katma değerli ürünlerle rekabet etme çabası içerisine girmiştir. Türkiye'nin istihdamında çok önem-

¹⁰ OECD, dinamik öğrenmenin üretim zincirinde meydana geldiğinin altını çizmektedir. İstanbul ekonomisindeki üretim zincirlerinde yaparak ve kullanarak öğrenmeyi destekleyecek politikaların olmadığını belirtmektedir. (OECD, 2009).

li bir yere sahip olan sektör, fiyat-maliyet rekabetinden çok kalitenin rekabeti belirlediği, yüksek kaliteli, moda, tasarım, marka ve bilgi bazlı ürünlerin üretildiği ve satıldığı bir yapıya dönüşmektedir (T.C. Sanayi Bakanlığı, 2010). Burada ucuz işgücünün sağladığı maliyet avantajı ve nitelikli işgücünün sağladığı kalite avantajı gibi bir ikilemin olduğu söylenebilir. Literatürdeki çalışmalar da göstermektedir ki daha yüksek katma değerli ürün üretme önceliği firmaları maliyet dışında bilgi, öğrenme, yenilik ve bu faktörlerle iç içe geçen nitelikli işgücü ve coğrafya gibi faktörleri göz önüne almaya itmektedir. Bu sebeple, yüksek maliyetlere rağmen İstanbul emek yoğun bir sektör olan hazır giyim sektöründe halen önemli bir lokasyon olmaya devam etmektedir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Hızır giyim sektöründe imalatın coğrafyasını maliyetler, ülkeler arasındaki ticari ilişkiler ve yasal düzenlemeler, üretilen ürünün özelliğine göre beşeri sermaye, birbiri içine geçmiş bilgi-öğrenme-yenilik faktörleri biçimlendirmektedir. Coğrafya; barındırdığı işgücünün niteliği, sağladığı yüzyüze iletişim olanakları, bilginin yaratılması ve öğrenilmesi süreçlerindeki yerel ve kendine has koşullar, müşteriler, tedarikçiler, rakipler arasında mekansal yakınlığın önemi gibi sebeplerle hazır giyim sektörünün yer seçimi kararlarında başlı başına önemli bir faktördür.

Türkiye’de hazır giyim firmalarının %52’si İstanbul’dadır. Sektörü bir yandan İstanbul’un dışına iten bir yandan İstanbul’a çeken veya İstanbul’da tutan yerel ve küresel dinamikler bulunmaktadır.

Kotaların kalkmasıyla Asya ve Afrika ülkelerindeki ucuz işgücünün yarattığı fiyat baskısı, AB ve ABD’deki yasal düzenlemeler ve bu ülkelerin diğer ülkelerle olan ticari anlaşmaları gibi küresel dinamikler sektördeki firmaları İstanbul hatta ülke dışına itmektedir. Buna paralel olarak, kentin dışındaki ucuz arsa ve işgücü imkanları firmaları İstanbul dışına çekmektedir. İmar planları ve devletin teşvik politikaları da tekstil ve hazır giyim sektörünün İstanbul dışına çıkmasını teşvik etmekte hatta zorunlu hale getirmektedir.

İstanbul’un coğrafi avantajlarının, fiziksel ve sosyal alt yapı imkanlarının yanı sıra kentteki işgücünün tecrübesi ve bilgi birikimi özellikle katma değeri yüksek ürünlerle rekabet etmeye çalışan sektör için İstanbul’u avantajlı hale getiren yerel dinamiklerdir. Tekstil firmalarının %74’ünün İstanbul içinde kalmak istemesi, yer değiştirmek isteyen firmaların % 16’sının işgücüne yakınlık sebebiyle firmaların yoğun olduğu yerde yer seçmek istemesi, Trakya Bölgesi’ne giden firmaların nitelikli işgücünü İstanbul’dan temin etmesi işgücünün öneminin göstergeleridir. İşgücünün sadece niceliği değil niteliği de önemlidir. Örtük bilgiye dayanan tekstil ve hazır giyim sektöründe İstanbul’daki nitelikli işgücü, sahip olduğu örtük bilgi açısından da ayrı bir önem taşımaktadır. İstanbul’daki firmaların Avrupa yakasında belli bölgelerde yoğunlaşması, yer değiştirmek isteyen firmaların işgücü, sektördeki firmalara yakınlık gibi sebeplerle

bu bölgelere kaymak istemesi yerel faktörlerin sadece firmaların İstanbul’daki yer seçimini etkilemekle kalmayıp üretimin coğrafyasını da biçimlendirdiğini göstermektedir.

KAYNAKLAR

1. Ak, B. (2008). Deindustrialization Under The Impact Of Globalization: The Case of Istanbul, Master Thesis, The Graduate School Of Natural And Applied Sciences of Middle East Technical University.
2. Brown, M., Baldwin, J., R. (2003). The Changing Geography of the Canadian Manufacturing Sector in Metropolitan and Rural Regions. The Canadian Geographer, 47(2), 116-134.
3. Bölen, F. (1982). Türkiye’de Sanayi Yer Seçiminin Yerleşme Sistemine Etkileri Marmara Bölgesinde İki Yöntem Denemesi, Doçentlik Tezi, İTÜ Maçka Mimarlık Fakültesi, Haziran 1982.
4. Desrochers, P. (2001). Geographical Proximity and the Transmission of Tacit Knowledge. The Review of Austrian Economics, 14 (1), 25-46.
5. Din, H., Fattah, M.M. (2008). Textile and Clothing In The Mediterranean Region: Opportunities and Challenge of Returning Textiles and Clothing to Gatt Disciplines, Working Paper 2008, <http://www.econturk.org/TurkishEconomy/erf4.pdf>.
6. DPT. (2006). Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Tekstil, Deri ve Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Tekstil, Hazırgiyim ve Konfeksiyon Alt Komisyonu Raporu.
7. Dunford, M. (2006). Industrial Districts, Magic Circles and the Restructuring of the Italian Textiles and Clothing Chain. Economic Geography, 82(1), 27-59.
8. Erkut, G., Albayrak, A.N.(2004). Sanayi Gelişimini Etkileyen Yerel Dinamikler: Gebze Dilovası Örneği, 11. Bölge Bilimi Kongresi, 21-23 Ekim 2004, s 47-55, Trabzon.
9. Falck, O., Heblich, S. (2008). Modern Location Factors in Dynamic Regions. European Planning Studies, Vol.16, No.10.
10. Gereffi G., Memedović, O., (2003). The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries, United Nations Industrial Development Organization, Vienna http://www.unido.org/fileadmin/media/documents/pdf/Services_Modules/Apparel_Value_Chain.pdf.
11. Gertler, M., (2001). Tacit Knowledge and the Economic Geography of Context or The Undefinable Tacitness of Being (There), DRUID Summer Conference, 12-15 June 2001, Aalborg, Denmark <http://www.druid.dk/conferences/nw/paper1/gertler.pdf>.
12. Hudson, R., (2002). Changing Industrial Production Systems and Regional Development in the New Europe. Transactions of the Institute of British Geographers., 27 (3), pp. 262-281.
13. İstanbul Kalkınma Ajansı. (2010). İstanbul Bölge Planı 2010-2013, İstanbul.
14. İstanbul Büyükşehir Belediyesi (2009). 1/100.000 Ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu, İmar ve Şehircilik Daire Başkanlığı Şehir Planlama Müdürlüğü, İstanbul.
15. İTKİB. 2001. 2001 Yılı Hazır Giyim, Tekstil, Deri Ve Halı Sektörlerinin İhracat Performans Değerlendirmesi Ve Performansı Etkileyen Faktörler, <http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=RAPORLAR&urlID=629&dropdownid=raporlar>.
16. Karaçay, H., Erden, L. (2005). Yeni Sanayi Odakları Ve Sanayinin Yeni Mekan Arayışları: Denizli Ve Gaziantep Örneği. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 6, Sayı 1.
17. Madger, D. (2005). Egypt After the Multi-Fiber Arrangement: Global Apparel and Textile Supply Chains as a Route for Industrial Upgrading, Institute For International Economics, Working Paper Series, WP 05-8 <http://www.pii.com/publications/wp/wp05-8.pdf>.
18. Malmberg A., Maskell, P. (2005). Localized Learning Revisited, DURID

- Working Paper No.05-19, http://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/7884/DRUID_05_19.pdf?sequence=1.
19. Marka Kalkınma Ajansı (2010). TR42 Doğu Marmara Bölge Planı (2010-2013), Kocaeli.
 20. McCann, P. (2001). *Urban and Regional Economics*, New York: Oxford University Press Inc.
 21. Nordas, H., K. (2004). *The Global Textile and Clothing Industry Post The Agreement on Textiles and Clothing*, WTO Discussion Paper No 5 <http://dspace.cigilibrary.org/jspui/bitstream/123456789/21006/1/The%20Global%20Textile%20and%20Clothing%20Industry%20post%20the%20Agreement%20on%20Textiles%20and%20Clothing.pdf?1>.
 22. OECD, (2008). *OECD Territorial Reviews: İstanbul, Turkey*, ISBN 978-92-64-04371-8, 276 pages.
 23. Öcal, G., P. (2006). *Trakya Bölgesi'nin Sanayileşme Dinamikleri ve Çorlu Sanayi Kümeleri*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
 24. Sazak, Ş. (2002). *Metropolitan Kentin Etki Alanında Kalan Kentlerin Çeperindeki Arsaların Dönüşüm Süreci, Çorlu-Büyükkarıştıran Örneği*. Edirne: Trakya Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları.
 25. T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2012). *Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu (2012/1)*, Sanayi Genel Müdürlüğü, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/tektstil_hazirgiyim_deriv-06042012151813.pdf.
 26. T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı. (2010). *Türkiye Sanayi Stratejisi Belgesi 2011-2014* <http://sgm.sanayi.gov.tr/Files/Documents/tss-2-rapor-28022012105544>.
 27. Tokatlı, N. (2006). *Global Sourcing: Insights from the Global Clothing Industry-the case of Zara, a fast fashion retailer*. *Journal of Economic Geography*, 8(1), 21-38.
 28. Tokatlı, N., Kızılgün, Ö. (2004). *Upgrading in the Global Clothing Industry: Mavi Jeans and the Transformation of a Turkish Firm from Full-package to Brand-Name Manufacturing and Retailing*. *Economic Geography*, 80(3), 221-240.
 29. Torlak, G. (2002). *Understanding the Nature of Transition of Organizational Forms in the Contemporary World*. *Journal of Economic and Social Research*, 4 (2), 27-51.
 30. Trakya Kalkınma Ajansı. (2010). TR 21 Trakya 2010-2013 Bölge Planı www.kalkinma.gov.tr/DocObjects/.../10211/TR21_Trakya_Bolge_Planı.pdf.
 31. Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu, İllerarası Rekabetçilik Endeksi, 2009-2010 http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Turkey/Local%20Assets/Documents/turkey_tr_finansalhizmetler_rekabetcilikendeksi_290411.pdf.
 32. Yüzer, A., Ş. (2002). *Yerleşmelerde Sanayi Alanları Yer Seçimi Eğilimi- Alan Tahsisleri ve Yeni Düzenleme Stratejileri- İstanbul Örneği*. (Basılmamış Doktora Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
 33. www.tuik.gov.tr
 34. www.wto.org
 35. www.dtm.gov.tr

Anahtar sözcükler: Hazır giyim sektörü; nitelikli işgücü; üretimin coğrafyası.

Key words: Apparel industry; skilled labor; geography of apparel industry.