



MOLDOVA



**TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU**

Tarih : 31.10.2025

Raporu Hazırlayan: Kişinev Ticaret Müşavirliği

1. Tekstil, Hazır Giyim, Ayakkabı ve Deri Ürünleri Sektörüne Genel Bakış

Tekstil, Hazır Giyim, Ayakkabı ve Deri Ürünleri sektörü (bundan sonra kısaca “tekstil ve hazır giyim sektörü”) Sovyetler döneminde ağır sanayinin gelişmediği Moldova’da, eski ve geleneksel imalat sanayi dalları arasında yer almaktadır. Özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra gelişmeye başlamıştır. 1990 yılından itibaren sektör, piyasa ekonomisinin gereklerine uyum sağlamak amacıyla yeniden yapılandırılmış ve modernize edilmiştir. Özellikle 2005 yılında Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından tekstil ve hazır giyim ticaretindeki kotaların kaldırılmasından sonra, özelleştirme ve ticaretteki serbestleşmeyle birlikte gelişmiş, yabancı markaların fason üretim yaptırdıkları bir merkez haline gelmiştir.

Günümüzde tekstil ve hazır giyim sektörü küçük çaplı işletmelerden büyüklere kadar yaklaşık **553 işletme** faaliyet göstermekte ve 20 binden fazla kişiye istihdam sağlamaktadır.

Moldova Hükümeti’nin Sanayi Gelişim Stratejisinde, tekstil ve hazır giyim sektörü hedef sektörler arasında yer almaktadır. Bunun nedenleri:

- Üretimden perakende ticarete kadar çok sayıda alanda çok sayıda kişiye istihdam olanağı sağlayabilmesi,
- Yatırım geri dönüş süresinin kısa olması,
- Yatırım ihtiyacının yüksek olmaması,
- İşgücü için halihazırda bir mesleki eğitim sisteminin bulunması sayılabilir.

Ülke ekonomisinin **%3,1’ini tekstil, %3,3’ünü hazır giyim ve %0,4’ünü deri ve ayakkabı** oluşturmaktadır. Böylece sektör, toplam üretimin **%6,8’ini** oluşturmaktadır. Bu üretim sadece imalat sanayinin ise **%8,2’sini** oluşturmaktadır.

2. Sektörün İhracatı

SITC Kodu ve Adı	2022 (1000 USD)	Değişim	2023 (1000 USD)	Değişim	2024 (1000 USD)	Değişim
65 Tekstil iplikleri, kumaşlar, konfeksiyon ürünleri	92.858	15,1%	81.268	-12,5%	65.641	-19,2%
84 Giyim eşyaları ve giyim aksesuarları	296.355	7,4%	288.106	-2,8%	266.138	-7,6%
85 Ayakkabılar	41.434	11,6%	27.561	-33,5%	14.637	-46,9%
TOPLAM	430.647	9,4%	396.935	-7,8%	346.416	-12,7%

Kaynak: Moldova İstatistik Bürosu

2024 yılında tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracatı önceki yıla göre **%12,7** oranında azalarak 346 milyon ABD Doları olarak kaydedilmiştir. Bu değer, önceki yıl gerçekleşen **%7,8** oranındaki düşüşün artarak sürdüğünü göstermektedir. 2022 yılı ise önceki yıl göre **%9,4** artış kaydedilmişti.

Bu dönemde, en fazla düşüş **%46,9** ile ayakkabı ürünlerinde gerçekleşmiş olup ardından **%19** ile tekstil, **%7,6** ile hazır giyim ürünlerindeki düşüş gelmektedir. Tekstil, hazır giyim ve ayakkabı ihracatı ülkenin toplam ihracatının yaklaşık **%10,6’sına** tekabül etmektedir.

Ülke Adı	İhracat Değeri (1000 USD)	Payı
İtalya	156.343	46,0%
Romanya	53.793	15,8%
Türkiye	29.091	8,6%
Almanya	18.513	5,4%
Polonya	13.905	4,1%

Kaynak: Trademap

GTİP sınıflandırmasına göredir. Deri aksesuarlar dahildir.

Bu ihracatta ilk sırada yer alan ülkeler ve aldıkları pay yukarıda gösterilmektedir. Buna göre ülkemiz %8,6 pay ile üçüncü sırada yer almaktadır.

Versace, Armani, Max & Co., Naf Naf, Trussardi, Primark, Max Mara, Prada, Nike, Dolce & Gabbana, Moncler, Calvin Klein gibi ünlü markalar, ürünlerinin bir kısmını Moldova'da üretmektedir.

3. Sektörün İthalatı

SITC Kodu ve Adı	2022 (1000 USD)	Değişim	2023 (1000 USD)	Değişim	2024 (1000 USD)	Değişim
65 Tekstil iplikleri, kumaşlar, konfeksiyon ürünleri	322.299	0,2%	298.231	-7,5%	290.173	-2,7%
84 Giyim eşyaları ve giyim aksesuarları	203.847	1,7%	205.712	0,9%	221.163	7,5%
85 Ayakkabılar	58.824	14,3%	60.866	3,5%	60.819	-0,1%
TOPLAM	584.970	2,0%	564.809	-3,4%	572.156	1,3%

Kaynak: Moldova İstatistik Bürosu

2024 yılında sektörün ithalatı önceki yıla göre %1,3 oranında artarak 572 milyon ABD Doları olarak kaydedilmiştir. Bu değer, önceki yıl gerçekleşen %3,4 oranındaki düşüşün tersine döndüğünü göstermektedir.

Bu dönemde, en fazla artış %7,5 ile giyim eşyalarında gerçekleşmiştir. Tekstil ve ayakkabı ithalatında ise gerileme olmuştur. Sektörün ithalatı ülkenin toplam ithalatının %6,3'üne karşılık gelmektedir.

Ülke Adı	İthalat Değeri (1000 USD)	Payı
Türkiye	148.215	25,4%
Çin	117.048	20,0%
İtalya	72.898	12,5%
Almanya	39.719	6,8%
Bangladeş	29.455	5,0%

Kaynak: Trademap

GTİP sınıflandırmasına göredir. Deri aksesuarlar dahildir.

Türkiye, Moldova'nın tekstil ve hazır giyim ithalatında hakim pozisyonundadır. Moldova bu sektörde ülkemizden 148 milyon ABD Doları ithalat yapmış olup bu toplam ithalatlarının %25'ine karşılık gelmektedir. Ardından ise Çin, İtalya, Almanya ve Bangladeş gelmektedir. Bu durum, Moldova'da faaliyet gösteren Türk perakende mağaza zincirlerinin faaliyetleriyle desteklemektedir.

Moldova'nın ithalat ve ihracat verileri incelendiği, tekstil ve ayakkabı sektörlerine nazaran, hazır giyim sektörünün daha iyi performans sergilediği görülmektedir. Bununla birlikte, ihracat performansının gerilediği görülmekte olup belli niş ürünler haricinde, toplu seri üretim yatırımı yapmayı planlayan firmaların sektörü dikkatle değerlendirmesinde yarar bulunmaktadır. Özellikle Moldova'nın vasıflı vasıfsız ayrımı olmadan göç veren bir ülke olması, emek yoğun sektörlerde yapılacak yatırımlar için risk teşkil edebilecektir. Keza, Moldova ekonomisinde emek yoğun imalat sektörlerinin daraldığı gözlenmektedir. Öte yanda, tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik kalifiye eleman yetiştiren eğitim kurumlarının tesis edilmiş olması avantaj yaratmaktadır.

4. Sektörün Üretimi

Tekstil ve konfeksiyon sektörü 20 binden fazla kişiye istihdam sağlanmaktadır. Bu, ülke ekonomisindeki toplam istihdamın %3'üne karşılık gelmektedir. Bu istihdamın çoğu kırsal bölgelerde olup çalışanların %83'ü kadındır.

Ülkede üretim hacmi açısından sektörde en büyük pay hazır giyim (%49) sektörüne aittir. Ardından tekstil ürünleri (%45) ile ayakkabı, deri ürünleri ve aksesuarlar (%6) gelmektedir.

Tekstil ve hazır giyim üretiminin daha düşük maliyetli ülkelere kaymasına rağmen, Moldova ülkenin AB'ye olan yakınlığı, geleneksel olarak uzun yıllardır aktif bir sektöre sahip olması ve kırsal bölgelerdeki görece düşük ücretler nedeniyle tercih edilmektedir. Ayrıca yabancı müşterilerle yapılan sözleşme ve taahhütlerin zamanında yerine getirilmesi de önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Diğer taraftan, Ukrayna savaşının genel olarak ekonomide yarattığı maliyetler, küresel enflasyon ve Moldova'dan Avrupa ülkelerine yönelen göç nedeniyle, iş gücüne temininde zorluklarla karşılaşılması mümkündür.

Şirketlerin büyük bir kısmı (%61 civarında) Kişinev ve ülkenin merkez bölgesinde (Ialoveni, Orhei, Strasenil ilçeleri) yer almaktadır. %21'i kuzey bölgesinde (Balti, Soroca, Floresti, Edinet, Riscani, Singerei ilçeleri) ve %18'i güney bölgesinde (Cahul ve Taraclia ilçeleri) ile Gagavuzya Özerk Bölgesi'nde bulunmaktadır.

5. Hane Halkı Tüketimi

Moldova İstatistik Bürosunun hane halkı anketine göre, 2024 yılında nüfusun ortalama aylık tüketim harcamaları kişi başına ortalama 4.407 Moldova Leyi - MDL (~225 Euro) olarak gerçekleşmiş olup, bu bir önceki yıla kıyasla %3,7'lik bir artışa karşılık gelmektedir.

Buna göre, tek kişilik hanelerde kişi başına ortalama aylık harcama, 5 veya daha fazla kişiden oluşan hanelere kıyasla 1,8 kat daha yüksektir. Ülke genelindeki ortalama aylık harcamayı yalnızca 3 kişi veya daha az kişiden oluşan haneler aşmış olup, diğerleri daha düşük seviyeler kaydetmiştir.

Hanehalkı harcamalarının önde gelen ana kalemlerini; gıda ve alkolsüz içecek tüketimi (%39,9), konut, su, elektrik ve gaz ödemeleri (%17,2) ile **giyim ve ayakkabı harcamaları (%7,7)** oluşturmaktadır. Giyim ve ayakkabı harcamalar, kırsal bölgelerdeki harcamaların %7,5'ini, şehirlerde ise %7,8'ini oluşturmaktadır. Söz konusu harcama kalemi 2023 yılına göre %2,4 artış kaydederek 339,3 MDL olarak gerçekleşmiştir. Bu itibarla, Moldova'da 2024 yılı boyunca gerçekleştirilen toplam giyim ve ayakkabı harcamasının değerli yaklaşık 10 milyar MDL'yi bulmaktadır.

2024 yılında asgari geçim düzeyinin değeri, aylık 2.963,8 MDL olarak gerçekleşmiştir. Yaşanılan bölgeye bağlı olarak asgari geçim düzeyi önemli farklılıklar göstermekte olup, en yüksek değer şehirlerde (Kişinev ve Balti) yaşayan nüfus için kaydedilmiştir (3.357 MDL). Bu değer, kasabalardaki asgari geçim düzeyine kıyasla %14,7 ve kırsal bölgelere kıyasla ise %20,9 daha yüksektir.

6. E-ticaret

Moldova'da e-ticaret pazarı, dijital ödeme altyapısının yaygınlaşması ve tüketici alışkanlıklarının değişmesiyle gelişim göstermektedir. American Chamber of Commerce in Moldova (AmCham) verilerine göre, 2023 yılı itibarıyla ülke genelinde toplam e-ticaret hacmi 358,6 milyon Euro olarak gerçekleşmiş olup bu önceki yıla göre %15,2 artış anlamına gelmektedir. Bu tutarın %63,9'u mal, %36,1'i hizmet satışlarından oluşmaktadır. E-ticaretin toplam perakende ve hizmet satışları içindeki payı ise henüz sınırlı düzeyde olup yaklaşık %5,6 seviyesindedir. Ülkede mal satışı yapan yaklaşık 500 civarında aktif çevrim içi mağaza bulunmakta, toplamda (mal ve hizmet dâhil) 1.000 civarı çevrim içi satış platformu faaliyet göstermektedir.

Moldovalı tüketicilerin önemli bir kısmı alışverişlerini yabancı e-mağazalar üzerinden yapmaktadır. 2023 yılında, yabancı platformlardan Moldova'ya taşınan fiziksel ürünlerin toplam değeri yaklaşık 24,4 milyon Euro olarak kaydedilmiştir. Bu rakam tüm ürün kategorilerini (giyim, ayakkabı, elektronik, kozmetik vb.) kapsamakta olup, moda ürünleri en sık tercih edilen kalemler arasında yer almaktadır. Söz konusu dönemde yaklaşık 720 bin adet gönderi yapılmıştır.

Mordor Intelligence (2024) raporuna göre moda segmenti, Moldova e-ticaret pazarının yaklaşık %32'sini oluşturmaktadır. Statista'ya göre Moldova e-ticaret pazarının 2025 yılında 367,53 milyon ABD Doları gelire ulaşması beklenmektedir. Pazar, 2025-2030 döneminde %4,88'lik bir Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (CAGR) ile istikrarlı bir büyüme sergileyecek ve bu da 2030 yılında pazar hacminin 466,46 milyon ABD Dolarına çıkacağını göstermektedir.

Moldova'daki pazarın büyümesine paralel olarak, 2030 yılına kadar 759,8 bin e-ticaret kullanıcısına ulaşılması beklenmektedir. Bu, ülkedeki internet kullanıcılarının alışveriş alışkanlıklarının giderek yaygınlaştığının bir göstergesidir. Nitekim, kullanıcı penetrasyonunun (nüfusa oranla internet kullanıcıları içindeki e-ticaret yapanların oranı) 2025'te %20,0 seviyesinden 2030'da %27,2 seviyesine yükseleceği tahmin edilmektedir.

Genel olarak Moldova e-ticaret pazarı, küçük ölçekli ama yüksek büyüme potansiyeline sahiptir. Dijital altyapı yatırımlarının artması, lojistik hizmetlerinin gelişmesi ve tüketici güveninin yükselmesiyle birlikte, 2025–2027 döneminde e-ticaretin toplam perakende içindeki payının kademeli olarak artması beklenmektedir. Özellikle moda ve hazır giyim kategorisi, hem yerel markalar hem de AB pazarını hedefleyen üreticiler açısından büyüme alanı olarak öne çıkmaktadır.

7. 2025 – 2027 Dönemi Görünümü ve Yatırım Fırsatları

Moldova tekstil ve hazır giyim sektörü, 2025–2027 döneminde makroekonomik toparlanma, AB'ye yakın tedarik avantajı ve sürdürülebilir üretim dönüşümü sayesinde kademeli bir büyüme potansiyeli taşımaktadır. IMF tahminlerine göre ülke ekonomisi 2025 yılında %3,7 oranında büyüyecektir. Bu tablo, reel talepte istikrarlı bir artış anlamına gelmektedir. Avrupa'da süregelen yakın tedarik (nearshoring) eğilimi, düşük lojistik maliyetler ve kısa teslim süreleriyle Moldova gibi üretim merkezler avantaj elde etmektedir.

İç pazarda da tüketim eğilimleri olumlu yönde ilerlemektedir. Moldova İstatistik Bürosu verilerine göre 2024 yılı itibarıyla kişi başı aylık harcamalar %3,7 artarak 4.407 MDL seviyesinde gerçekleşmiştir ve giyim ve ayakkabı kalemi toplam tüketim içinde yaklaşık **%7,7 pay** almaktadır. 2024 yılı giyim ve ayakkabı harcamaları **10 milyar MDL** seviyesinde olduğunu görülmektedir. Büyüme ve gelir artışı tahminleri çerçevesinde 2026 yılına kadar 11 milyar MDL seviyesine yükseleceği değerlendirilmektedir.

Statista, 2025 yılında Moldova'nın giyim sektörünün pazar büyüklüğünü 989,34 milyon ABD Doları olarak tahmin etmekte 2025-2029 döneminde yaklaşık %1 oranında yıllık büyüme yaşayacağını öngörmektedir. Sektörün en büyük kolunu 496,54 milyon ABD Doları hacimle kadın giyimi oluşturmaktadır. Giyim sektörü hacminin 2029'da 35,7 milyon adete ulaşması beklenmektedir. 2025 yılı için kişi başına ortalama giyim hacmi 12,0 adet olarak tahmin edilmekte ve sektör satışlarının %99,3'ünün lüks olmayan ürünlerden geleceği değerlendirilmektedir. Öte yandan, Moldova giyim pazarında geleneksel el işçiliği ve otantik, yerel üretim giysilere yönelik talepte dikkat çekici bir artış gözlemlenmektedir.

Sektörün ihracat yönü de 2025–2027 arasında istikrarlı bir büyüme potansiyeli taşımaktadır. Avrupa Birliği ile yürürlükte olan Derin ve Kapsamlı Serbest Ticaret Anlaşması (DCFTA), Moldova üreticilerine hem gümrük avantajı hem de mevzuat uyumu açısından öngörülebilir bir çerçeve sunmaktadır. Keza, Moldova'nın AB üyelik müzakerelerini 2028 yılına kadar tamamlayarak 2030 yılına kadar üyelik sürecinin tamamlanması hedefi bulunmaktadır.

Buna karşın, sektörün büyümesini sınırlayabilecek bazı riskler de mevcuttur. Avrupa talebindeki dalgalanmalar, Çin ve diğer düşük maliyetli üreticilerden gelen arz baskısı ile birleştiğinde kârlılık üzerinde aşağı yönlü etki yaratabilir. Ayrıca, işgücündeki azalışa karşın işgücü verimliliğinin yetersiz kalması, Moldova'nın rekabet avantajını zayıflatabilir. Bununla birlikte, sürdürülebilir üretim ve enerji verimliliği gibi konularda atılacak adımlar, hem Avrupa pazarına erişimi güçlendirecek hem de ülkenin uzun vadeli marka değerini artıracaktır.

8. Stratejik Yatırım Alanları

2025–2027 döneminde Moldova tekstil ve hazır giyim sektörü, yüksek büyüme potansiyeli barındıran birkaç yatırım alanı sunmaktadır. Öncelikle, yakın tedarik (nearshoring) stratejileri kapsamında AB markalarına hizmet veren üreticiler için Moldova, kısa termin süreleri ve düşük üretim maliyetleriyle öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, CMT (cut-make-trim) modelinden OEM/ODM (tasarım ve markalı üretim) modeline geçiş yapan firmalar daha yüksek katma değer elde etme potansiyeline sahiptir.

Sürdürülebilir üretim ve izlenebilirlik yatırımları AB pazarında rekabetin temel belirleyicisi haline gelmektedir. Atık yönetimi, kimyasal kullanımının azaltılması, su ve enerji verimliliği, karbon ayak izinin raporlanması gibi alanlarda yapılacak yatırımlar hem AB fonlarından desteklenebilmekte hem de markalarla uzun vadeli iş birliklerini kolaylaştırmaktadır.

E-ticaretin yerelleşmesi ve dijital dönüşüm hem iç pazarda hem de ihracatta yeni fırsatlar yaratmaktadır. AmCham Moldova verilerine göre, ülke genelinde e-ticaretin toplam perakende içindeki payı hâlen %5,6 civarındadır; bu da büyüme alanının büyük ölçüde açık olduğu anlamına gelir. Moda e-ticaretinin toplam pazar içindeki payı Mordor Intelligence tarafından %32 olarak tahmin edilmekte olup, dijital markalar ve online distribütörler için önemli bir giriş alanı sunmaktadır.

Serbest Ekonomik Bölgeler (FEZ) yatırımcılara vergi muafiyetleri, hızlandırılmış gümrük işlemleri ve lojistik altyapı avantajları sağlamaktadır. Özellikle Ungheni, Bălți ve Cahul bölgeleri, AB sınırına yakın konumları ve nitelikli işgücü havuzlarıyla dikkat çekmektedir. Bu bölgelerde kurulacak yeni üretim hatları, düşük sabit giderlerle AB tedarik zincirlerine entegre olma imkânı sunmaktadır.

Bu itibarla, Moldova tekstil ve hazır giyim sektörü 2025–2027 döneminde tedarik zinciri çeşitlendirmesi, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme odaklı yatırımlar için uygun bir zemin sunmaktadır. Doğru konumlandırılmış bir yatırım stratejisi, hem yerel pazardaki büyümeden hem de Avrupa'nın artan yakın tedarik talebinden önemli ölçüde faydalanabilir.

9. İş Modelleri

Tekstil ve hazır giyim sektöründe uluslararası düzeyde tanımlanmış Cut & Make (CM), Cut, Make & Trim (CMT), Own Label ve Private Label iş modelleri Moldova'da yaygın biçimde uygulanmaktadır. Üreticiler, iç pazarda kendi markalarını (own label) piyasaya sürmekle birlikte, dış pazarlara yönelik yabancı firmaların talebi çerçevesinde ağırlıklı olarak diğer iş modelleri ile faaliyet göstermektedirler.

Son yıllarda bu alanda üretim zincirlerine entegrasyon da sağlanmıştır. Bu şekilde, işletmeler kumaş ve benzeri girdileri küresel ve yerel üçüncü taraflardan temin ederek imalata odaklanabilmekte ve verimlilik artışı sağlayabilmektedir. Bu özellikle Sovyet üretim tarzının, yani hammaddeden nihai ürüne kadar bütün üretim süreçlerinin tek bir işletmede gerçekleştirildiği sistemin terk edilmeye başlanması açısından, Moldova için kayda değer bir dönüşümü temsil etmektedir.

10. İş gücü

Moldova, tekstil ve hazır giyim sektörü özelinde, yerleşik eğitim kurumları sayesinde eğitimli iş gücü tedarik edebilme potansiyeline sahiptir. Nüfusun %80'i birden fazla dil konuşmaktadır. Moldova'nın resmi dili olan Romence'nin yanı sıra Rusça olarak iki dilde iletişim kurmak mümkündür. Öte yandan, ülkede Romence bilmeyen ve Rusça konuşan kayda değer bir topluluk da bulunmaktadır. Ülkede yerleşikler arasında İngilizce bilen kişi sayısı azdır. İngilizce özellikle yeni nesile öğretilmekle birlikte, bu şekilde yetişen gençler mezuniyetlerinin ardından hareket kolaylığı bulunan Avrupa ülkelerine giderek çalışmayı tercih etmektedirler. Fakat ülkenin güneyinde yaşayan Gagavuz Türkleri iş yapmak isteyen ülkemiz iş insanları için avantaj oluşturmaktadır. Gagavuz Türkçesi bize oldukça yakın ve anlaşılabilir. İlave olarak Gagavuzlar Rusça bilmektedir. Bu bölgede Romence bilme oranı ise düşüktür.

Moldova nüfusunun %23'ü 14-34 yaş grubundaki gençlerden oluşmaktadır. Öte yandan, genç ve kalifiye nüfus çalışmak için tercihini Avrupa ülkelerinden yana kullanmaktadır. Bunun dışında, ülkede aktif çalışma kültürü bulunmaktadır. İş gücüne katılım oranı %60'tır. İşgücü (15 yaş ve üzeri aktif nüfus) 890 bin kişi olarak kaydedilmiş olup 855 bin kişi istihdam edilmektedir. Bu şekilde, ülkedeki işsizlik oranı %4'tür.

11. Eğitim Kurumları

Tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik olarak hem ortaöğretim düzeyindeki mesleki eğitim hem de bu alandaki üniversite bölümleri ile kalifiye iş gücü yetiştirilmektedir. Terziler ve teknisyenler, ülke genelinde meslek okullarında yetiştirilmektedir. Üniversiteler lisansüstü eğitim olanakları da sunmaktadır. Tasarımcılar ise çeşitli meslek lisesi, kolej ve üniversitelerde yetiştirilmektedir.

Moldova'daki yükseköğretim kurumlarında tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik eğitim veren uzmanlık dalları arasında "Hafif Sanayi Makineleri ve Ekipmanları", "Tekstil, Hazır Giyim, Ayakkabı ve Deri İşleme", "Tekstil ve Deri Ürünlerinde Mühendislik", "Endüstriyel Moda Tasarımı" ve "Kumaş Teknolojisi" bulunmaktadır. Bu alandaki eğitim ve araştırma faaliyetleri, "Moldova Teknik Üniversitesi", "Devlet Pedagoji Üniversitesi", "Sanat Akademisi", "Bălți Hafif Sanayi Koleji", "Kişinev Teknoloji Koleji" , "ZIPhouse Tasarım ve Teknolojilerde Mükemmeliyet ve Hızlandırma Merkezi" ile "Kişinev Hafif Sanayi Mükemmeliyet Merkezi" yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim şirketleri, Çift Yönlü Mesleki Eğitim ve Öğretim (Dual Vocational Education and Training - VET) sisteminden yararlanabilmektedir.

ZIPhouse Tasarım ve Teknoloji Mükemmeliyet ve Hızlandırma Merkezi, Eylül 2015'te Moldova Teknik Üniversitesi bünyesinde kurulmuştur. Başkent Kişinev'de bulunan merkez, öğrencilerin, genç tasarımcıların ve sektördeki uzmanların yetkinliklerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Merkez, endüstrinin ihtiyaçlarına uygun olarak, tasarım ve üretim teknolojilerinde iyi eğitim uygulamaları ile ileri teknolojileri bir araya getirerek giysi, aksesuar ve ayakkabı üretimi alanlarında eğitim ve uygulama olanağı sunmaktadır.

12. İşletme Maliyetleri ve Vergiler

Moldova'da son yıllarda iş gücü maliyetleri artış göstermiştir. Bunun sebebi, küresel risklerin dünyanın hemen her yerinde yarattığı maliyet artışı enflasyonuna ilave olarak, Moldova özelinde yurtışına gerçekleşen göçlerden kaynaklanmaktadır. Yaklaşık 3,5 milyon Moldovalının 1 milyon kadarı yurtdışında yaşamaktadır. Moldova'da asgari ücret 5.500 MDL (~280 Euro) olmakla birlikte, başkent Kişinev'de vasıfsız eleman maaşları 800 Euro'ya kadar çıkabilmektedir. Vasıf arttıkça maaşlar 2000 Euro'ya kadar yükselebilmektedir. Öte yandan, bu rakamlar kırsal bölgelere gidildikçe azalmaktadır.

Gelir vergisi ve kurumlar vergisi %12, temel KDV oranı ise %20 olarak uygulanmaktadır. Sosyal sigorta, sözleşme ücretinin % 24'üne tekabül eden tutarda işveren tarafından ödenmektedir. Zorunlu sağlık sigorta primleri ise ücretin % 9,0'una karşılık gelmekte olup personel tarafından ödenmektedir.

13. Tekstil Alt Sektörü

Moldova'nın tekstil alt sektörleri arasında halı üretimi öne çıkmaktadır ve yıllık üretimi yaklaşık 50 milyon Euro kadardır. Halı üreticileri ağırlıklı olarak ihracata yönelik faaliyet göstermektedir. İki büyük üretici Floare-Carpet ve Moldabela'dır. Ayrıca, Filatura-Ungheni firması Moldabela için iplik üretmektedir. Floare-Carpet, özellikle yün halı üretiminde uzmanlaşmış olup 1978 yılından bu yana faaliyet göstermektedir. 520.000 nokta/m² hav sıklığı ile %80 ve %100 yünlü halılar üretilmektedir. Moldabela ise yün ve sentetik lif halılar üretmektedir.

Üretimde kullanılan yünün çoğu Yeni Zelanda'dan gelmektedir. Kullanılan yünün yaklaşık %10-15'i ise yerel olarak temin edilmektedir. Akrilik, Polyester ve Polipropilen gibi sentetik lifler ise büyük ölçüde ithal edilmektedir.

Floare-Carpet ipliği fabrikasında üretmekte, Moldabela ise kendi iştiraki olan Filatura-Ungheni firmasından temin etmektedir. Bu şekilde her iki şirket de üretim zincirini başından sonuna kadar yürütmektedir.

Moldova-Belçika ortak girişimi olan Euro-Yarns, Ungheni-Business Serbest Ekonomik Bölgesi'nde faaliyet göstermekte ve dokuma ve tufted halılar için sentetik iplikler üretmektedir. Üretim ağırlıklı olarak AB ülkelerine (Belçika ve Polonya) ve BDT ülkelerine ihraç edilmekle birlikte %30'u 'Moldabela' şirketine teslim edilmektedir.

Üretilen halıların %78'i Avrupa ülkelerine, %20'si iç pazara, %2'si ise Japonya ve ABD'ye satılmaktadır.

Tekstil sektöründe halı üretiminin yanı sıra pamuklu ürünler, yatak takımları ve çorap üretimi de bulunmaktadır. Transdinyester bölgesinin idari merkezi Tiraspol'de bir pamuk ve yatak takımı fabrikası, Kişinev'de bir çorap üreticisi bulunmaktadır.

14. Hazır Giyim Alt Sektörü

Hazır giyim sektörü, AB pazarı için moda olan örme ve dokuma giysi üretiminin yakın coğrafyada (nearshoring) yapılmasından istifade etmektedir. Hazır giyim sektörü, tekstil ve hazır giyim endüstrisinin cirosunun yarısından fazlasını oluşturmuştur.

Moldova'nın hazır giyim sektörü, ekonominin en eski dallarından biri olup hâlâ aktif olarak varlığını sürdürmektedir. Uzun yıllara dayanan üretim geleneğine sahip olması nedeniyle çeşitli ürünlerin üretiminde uzmanlaşmıştır.

Bu alanda sektörde büyümeyi destekleyen birkaç temel özellik bulunmaktadır:

- Coğrafi konumun avantajı ile Avrupalı üreticilere Fast Fashion üretimi yapılabilir.
- Karayolu ile 1 gün içinde ürünler Doğu Avrupa'ya, 2 gün içinde Batı Avrupa'ya teslim edilebilir.
- Sürdürülebilir giyim (Sustainable Fashion) talebine yönelik üretim yapılabilir.

Moldovalı üreticiler üretim kapasitelerini sürdürebilmek için büyük oranda ihracata muhtaçtır, zira iç pazar talebi üretimi sürdürmek için tek başına yeterli değildir. Fakat Moldova'daki giyim talebi nüfusa ve gelir seviyesine oranla kayda değer bir düzeydedir. Özellikle kadın ve çocuk giyimi alanında, çok sayıda ve çeşitli ürün talebi bulunmakta, iyi giyinmeye önem verilmektedir. Bu kapsamda, rekabetçi ve moda ürünlerin her daim talebi bulunmaktadır ve gelir seviyesi arttıkça bunun daha da artacağı değerlendirilmektedir. Üretici firmaların ihracat odaklı hareket etmesi ise, üretim altyapısının ve süreçlerinin katma değer odaklı olması nedeniyle yatırımcı firmalarımız için fırsat teşkil etmektedir. Perakende alanında ülkemizdeki hazır giyim, ev tekstili ve ayakkabı mağaza zincirleri Moldova'da başarıyla faaliyet göstermektedir.

Çoğu hazır giyim üreticisi, taşeron (subcontractor) olarak faaliyet göstermektedir. Yabancı müşterilerden gelen ham maddeleri (kumaş) işleyerek ürün haline getirmektedirler (Inward Processing / Toll Manufacturing).

Moldovalı hazır giyim şirketlerinin yaklaşık %70'i, AB ihracat pazarları için C&M/CMT (Cut & Make / Cut, Make & Trim) modeliyle çalışmaktadır. Bu modelin uygulanması, üreticiler için genellikle büyük yatırımlar gerektirmemektedir. Ham madde müşterilerinden doğrudan temin edilmektedirler. Bu şekilde Prada, Armani, Dolce & Gabbana ve Calvin Klein gibi üst düzey

markalar için üretim yapılabilmektedir. Moldova’da 400’de fazla kayıtlı hazır giyim üreticisi bulunmaktadır.

15. Ayakkabı, Deri ve Aksesuar Alt Sektörü

Sadece ayakkabı toplam ihracatın yaklaşık %0,4’ünü, tekstil ve hazır giyim sektöründeki ihracatın ise %4,2’sini oluşturmaktadır. Bu ürünlerin ülkenin toplam ithalatından aldığı pay %0,7, tekstil ve hazır giyim ürünleri ithalatı içindeki payı %10,6’dır.

Sektör, yaklaşık 4.000 kişiyi istihdam eden 120’den fazla şirketten oluşmaktadır. Bu şirketler ülke genelinde dağılmış olup, Kişinev, Soroca ve Transdinyester bölgelerinde yoğunlaşmaktadır.

Bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler, 3 ana iş modeli uygulamaktadır:

- AB pazarı için sözleşmeli üretim (Contract manufacturing),
- Yerel pazara üretim ve dağıtım,
- Orta Asya ve bölgesel pazarlara (Rusya, Kazakistan vb.) ihracat.

Moldovalı şirketlerin İtalya, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa ve Romanya’dan ünlü yabancı markalarla iş birliklerini sürdürmektedir. Ayakkabı için kullanılan bileşenlerin tedarik zinciri Türkiye, İtalya, Almanya, İspanya, Polonya, Ukrayna ve Romanya’dan ithalat yoluyla sağlanmaktadır. Çoğu ayakkabı ve aksesuar şirketi küçük veya orta ölçekli olup bu nedenle büyük siparişlere ihtiyaç duymadan da üretimlerini sürdürebilmektedirler.

16. Teşvikler ve Avantajlar

Hızlı moda (Fast Fashion), AB pazarlarında önemini korumaktadır. Moldovalı firmalar 2-3 günlük üretim sürelerinde ürün temin edilebilmektedir. Bu, Çin için örneğin 4-6 haftayı bulabilmektedir.

AB’de etik ve sürdürülebilir üretime olan talep yükselmektedir. Daha fazla Avrupa perakendecisi ve marka, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (CSR) kapsamında çalışma standartlarının iyileştirilmesini hedeflemektedir. Bu konuda Moldova’da özellikle sosyal güvenlik ve işçi hakları hususunda yeterlidir. Organik ve sürdürülebilir kumaşlar, Avrupalı ve Türk kumaş tedarikçileri tarafından temin edilebilmektedir. Ayrıca Avrupa pazarına yakınlık ürünlerin karbon ayak izi üzerinde de olumlu etki sağlamaktadır.

Doğu Avrupa’daki AB ülkeleri ve diğer BDT ülkelerinde orta sınıfın gelişmesiyle, modaya uygun örme ve dokuma giysiler, spor giyim, iş giysileri ve bebek giysilerine olan talebin artması beklenmektedir. Bu ülkelerde fabrika satış mağazaları veya tek marka mağazaları açmak, kolay erişim için bir fırsat olabilir.

Çin’de artan maliyetler nedeniyle Avrupalı alıcılar yeni üretim bölgeleri arayışına girmiş bu durum da Moldova’nın alternatiflerden birisi olarak öne çıkmasını sağlamıştır. Komşu ülkelerdeki maliyetlerle karşılaştırıldığında, Moldova, Avrupalı firmalar için halen avantajlı bir üretim merkezi konumda yer almaktadır.

Avrupalı yeni markalar, özellikle küçük perakende zincirleri ve çevrim içi mağazalara yönelik üretim için elverişli bir alternatiftir.

Moldova, PanAvrupa-Akdeniz Tercihli Menşe Kuralları Sözleşmesi’ne katılmıştır. Ülkemiz ile Moldova arasında Serbest Ticaret Anlaşması’nın 1 Kasım 2016 tarihinde yürürlüğe girmesi ile

birlikte, Türkiye-AB-Moldova arasında yapılacak tercihli ticarete, Pan Avrupa-Akdeniz Menşe Kümülayon Sistemi (PAAMK) kapsamında çapraz menşe kümülayonu sistemi oluşmuş bulunmaktadır. Bu çerçevede, ölkemiz menşeli hammadde ve ara mamuller ile Moldova’da üretilecek nihai ürünlerin Moldova menşei kazanarak, AB’ye ve Türkiye’ye tercihli ticaret kapsamında ihraç edilmesi mümkün hale gelmiş olup, söz konusu durum, ölkemiz menşeli ara mamulleri kullanarak Moldova’da üretim yapacak AB pazarını hedefleyen hazır giyim ve tekstil üreticilerimiz için bir fırsat yaratmaktadır.

17. Şirket Kurulumu

Dünya Bankası’nın Doing Business 2020 Raporunda Moldova “iş kurma” açısından dünyada 13. sırada yer almıştır. Şirket kurulum süreci son yıllarda daha da kolaylaştırılmış olup bir gün içerisinde işlemlerin tamamlanması mümkündür.

Moldova’da bu alanda faaliyet gösterecek firmalar aşağıdaki şirket türlerinden birisini tercih ederek faaliyete geçebilir.

- Anonim Şirket (SA)
- Limited Şirket (SRL)
- Ortak Girişimler (IM) –yerel ve yabancı ortak sermayeli
- Yabancı Sermayeli Şirketler (%100’ü Moldova dışı yatırımcılara ait).

18. Serbest Ekonomik Bölgeler

Serbest Ekonomik Bölgeler (FEZ), tercihli gümrük ve vergi rejiminden yararlanmak isteyen ihracat odaklı üretici şirketleri için çeşitli avantajlar sunmaktadır. Moldova’da, sınır bölgelerinde veya büyük şehirlerde konumlanmış 7 adet Serbest Ekonomik Bölge bulunmaktadır. Buralarda, öncelik üretim faaliyetlerinde olmak üzere, endüstriyel üretim, ambalajlama, ticaret ve taşımacılık faaliyetleri yürütülebilmektedir.

Bunun yanı sıra, Giurgiulesti Uluslararası Serbest Liman bölgesi ve Marculesti Serbest Havalimanı bölgesi da serbest bölgelere benzer avantajlar sunmaktadır.

Serbest bölgelerde üretilen mal ve hizmetlerin ihracatından elde edilen gelirler % 50, diğer faaliyetlerden elde edilen gelirler ise % 25 oranında indirimli kurumlar vergisine tabidir. Ayrıca, sabit sermayelerinin ve/veya bu bölgelerdeki alt yapının geliştirilmesine ilişkin toplam yatırımlarının en az 1 milyon ABD Doları olması halinde, şirketlerin söz konusu bölgelerde gerçekleştirdikleri mal ve hizmet ihracatından elde ettikleri gelirler üç yıl süre ile kurumlar vergisinden istisna tutulmaktadır. Yatırım değerinin en az 5 milyon ABD Doları olması halinde ise, ilgili şirket beş yıl süre ile kurumlar vergisinden muaf tutulmaktadır.

Yurt dışından serbest bölgeye gelen, serbest bölgeden yurt dışına gönderilen, bölge içinde el değiştirilen veya başka bir serbest bölgeye aktarılan mal ve hizmetler KDV, ÖTV ve gümrük vergisinden muaftır.

19. IT Parklar

Moldavan’ının yeni IT Sanal Park (IT Virtual Parks) uygulaması, hazır giyim tasarımını da kapsamaktadır. Bu kapsamda, söz konusu parklarda yerleşik firmalara, satışlardan elde edilen gelir üzerinden aylık olarak vergi tahakkuk ettirilmekte ve % 7’lik tek bir vergi ile vergilendirilmektedir. IT Park firmaları, kurumlar vergisi; personele ödenen bordro üzerinden stopaj vergisi; zorunlu sosyal güvenlik ücretleri; zorunlu sağlık sigortası ücretleri; yerel vergiler; emlak vergisi ve Moldova’da kayıtlı araçlara yönelik yol vergisi yerine tek bir vergi ödeme

avantajından yararlanabilmektedirler. (Temettü vergisini, KDV'yi ve özel tüketim vergilerini kapsamamaktadır.)

20. Riskler

Moldova gelişmekte olan ve AB üyelik perspektifi bulunan bir ülke olarak, barındırdığı fırsatların yanında, gerek bölgesel gerekse de kendi dinamiklerinden kaynaklanan riskler de barındırmaktadır.

Ukrayna savaşı, sınır komşusu olan Moldova'yı maliyet artışı, göç, emlak fiyatlarındaki artış ve siyasi istikrarsızlık yönlerinden etkilemiştir. Özellikle işgücü maliyetlerindeki artış ve Moldova vatandaşlarının Avrupa'ya göç etme eğilimi yatırımcılar için bir risk teşkil edebilir. Bu sebeple iş gücü bulmakta sıkıntılar yaşanması mümkün olup yatırım planlamalarında bu hususun gözetilmesi yararlı olacaktır.

Öte yandan, son olarak gerçekleştirilen seçimleri AB yanlısı hükümetin kazanması, önümüzdeki 4 yıl boyunca AB çapasının sürdürüleceğini göstermekte olup bu açıdan politik riskler azalmıştır.

Moldova'nın sınır komşusu olan Ukrayna'da devam eden savaşın seyri Moldova için büyük önem arz etmektedir.

21. Kaynaklar

American Chamber of Commerce in Moldova (AmCham)

Mordor Intelligence

Statista

Invest Moldova

Ministry of Economic Development and Digitalization of the Republic of Moldova

National Bureau of Statistics of the Republic of Moldova (NBS)

Infotag.md