

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI

TÜRKİYE DIŞ TİCARETİNDE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN YERİ VE REKABET STRATEJİLERİ

Yüksek Lisans Tezi

LALE SARI

İstanbul, 2016

**T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI**

**TÜRKİYE DIŞ TİCARETİNDE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN YERİ VE
REKABET STRATEJİLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

LALE SARI

Danışman: PROF. DR. MEHMET MELEMEN

İstanbul, 2016



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

İŞLETME Anabilim Dalı ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK Bilim Dalı TEZLİ
YÜKSEK LİSANS öğrencisi LALE SARI'nın TÜRKİYE DIŞ TİCARETİNDE TEKSTİL
SEKTÖRÜNÜN YERİ VE REKABET STRATEJİLERİ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim
Kurulunun 15.06.2016 tarih ve 2016-21-23 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği /
~~oy çokluğu~~ ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 28.06.2016

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

			İmzası
1.	Tez Danışmanı	Prof. Dr. MEHMET MELEMEN	
2.	Jüri Üyesi	Prof. Dr. SERDAR PİRTİNİ	
3.	Jüri Üyesi	Prof. Dr. MEHMET TİĞLİ	

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı	:Lale SARI
Anabilim Dalı	:İşletme
Programı	:Uluslararası İşletmecilik
Tez Danışmanı	:Prof. Dr. Mehmet MELEMEN
Tez Türü ve Tarihi	:Yüksek Lisans – Haziran 2016
Anahtar Kelimeler	:Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, İhracat, İthalat, Rekabet Stratejileri

ÖZET

TÜRKİYE DIŞ TİCARETİNDE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN YERİ VE REKABET STRATEJİLERİ

Tekstil ve hazır giyim sektörü Türk ekonomisinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Tekstil ve Hazır giyim sektörünün, Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörü olma durumu cumhuriyetle beraber başlamış ve günümüze kadar devam etmiştir. Günümüzde Tekstil ve hazır giyim sektörü hem sağladığı istihdam ve hem de katma değeri ile ülkemizin vazgeçilmez sektörlerinden biridir.

Küreselleşen bir dünyada firmalar açısından, hem ulusal hem de uluslararası firmalarla rekabet edebilmek gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Ekonomik, politik, teknolojik vb. çevre faktörlerinde yaşanan değişimler firmaları bu değişime ayak uydurmaları için yeni stratejiler geliştirmeye yöneltmektedir. Hazır giyim sanayinde özellikle 2005 yılında kotaların kalkması sonrası rekabet daha da artmıştır. Firmaların uluslararası rakipleriyle rekabet edebilmesi ve sektörün artan rekabet şartlarında değişen müşteri taleplerine cevap verebilmesi için rekabet stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir.

Bu tez çalışmasının temel amacı, Türk tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların uluslararası rekabet güçlerini arttırmak için hangi stratejileri izlediklerinin ve uyguladıkları rekabet stratejilerinin sonuçlarının tespit edilmesidir.

Bu kapsamda; İstanbul ilinde, tekstil ve hazır giyim sektöründe hizmet veren ve tekstil ve hazır giyim ihracatı/ithalatı faaliyetinde bulunan çeşitli büyüklükteki 60 adet Tekstil ve Hazır Giyim firmasının orta ve üst düzey yöneticisine anket uygulanmıştır. Elde edilen bulgular “SPSS 15.0 for Windows” İstatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Yönetici düzeyinde çalışan kişilerin firmaları özelinde uluslararası rekabette uyguladıkları stratejiler, gelişmeler karşısında verilen kararlar ve çözüm önerileri hakkında ilişki kurulmaya çalışılmıştır. Ayrıca dünyada ve ülkemizde sektörlerle ilgili yaşanan gelişmelere bakarak, ülkemiz ekonomisinde önemli bir yere sahip olan Tekstil ve Hazır Giyim sanayi için araştırma sonucunda edinilen bulgular ışığında öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname :Lale Sari
Department :Business Administration
Programme :International Business
Consultant :Prof. Dr. Mehmet MELEMEN
Thesis Type and Date :Master – June 2016
Keywords :Textile and Clothing Industry, Export, Import, Competitive Strategies

ABSTRACT

THE ROLE OF TEXTILE SECTOR AND COMPETITION STRATEGIES IN TURKISH FOREIGN TRADE

Turkish Textile and apparel industry has very important position in our economy. The importance of this industry in economy began with the republic and has continued its development. Today the Textile and apparel industry is very important for our country not only the sector provides employment but also it creates a huge added value.

Competing with national and international companies get difficult with regards to companies day by day in globalized world. Variations at economic political, technological and environmental factors direct firm to keep in step with this change. Especially after the abolition of quotas in 2005 has increased competition in the apparel industry. Companies should develop competition strategies to compete with international competitor and to respond increasing competition conditions and changing customer demands.

The main aim of this thesis, is to determine the strategies that the companies, which operate in Turkish textile and apparel industry, follow and apply in order to improve the international competitiveness and identify the results of these strategies.

In this context; in Istanbul, a survey has been implemented to the middle and senior managers of 60 Textile and Apparel Companies operating in textile and clothing

sector and serving the textile and garment export / import operations in units of various sizes. The findings "SPSS 15.0 for Windows" were analyzed by statistical package program. Also we tried to get in contact with the managers of these companies in order to learn their strategies about, how they take place in international field of competition, the decisions and solution proposals come after the these improvements. Also looking at the developments related to the sector in the world and in our country, our country's research findings have consequences for the textiles and clothing industry has an important place in the economy, which has been trying to develop proposals in the light.



ÖNSÖZ

Dünyada meydana gelen teknolojik, ekonomik ve kültürel gelişmeler rekabet sınırlarını ulusal boyuttan uluslararası boyutlara taşımaktadır. Tüketicilerin tercihlerindeki değişimler, rakiplerin yeni pazarlara açılmak için yaptıkları yenilenme çalışmaları, maliyetleri azaltmak için teknolojiye yapılan yatırımlar, markalaşma çalışmalarının hız kazanması gibi hususlar uluslararası rekabetin üst seviyelerde yaşanmasına sebep olmaktadır. İşletmeler gittikçe zorlaşan rekabet şartlarında tutunabilmek ve büyüyebilmek için yaşanan değişimlere uygun rekabet stratejileri geliştirmek zorundadırlar.

Bu çalışmada Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün dünyadaki ve Türkiye’deki durumu, hammadde yapısı, istihdam olanakları ve dış ticaret hacimleri ile ilgili ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir. Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Swot Analizi yapılmış, bunun yanı sıra Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe faaliyet gösteren ve ithalat/ihracat yapan firmalara yönelik saha araştırması yapılmış, firmaların artan rekabet şartlarında uyguladıkları rekabet stratejileri ve çözüm önerilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Tez çalışmamın planlanıp, tamamlanmasına kadar bilgisini, ilgisini ve rehberliğini esirgemeyen, her zaman yanımda olan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Mehmet MELEMEN’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmamın araştırma bölümünde bilgi birikimi ve deneyimiyle çalışmamın sonuca ulaştırılmasını sağlayan, hayatımda olduğu gibi tez çalışmamda da ilgisini ve desteğini esirgemeyen, değerli eşim Eyüp SARI’ya, tez çalışmam boyunca manevi desteklerini hissettiren, sevgi ve ilgileriyle bana her zaman güç veren sevgili annem Sunay ATMACA ve sevgili babam Ferhat ATMACA’ya, zor şartlarında dahi benim için elinden geleni yapmak için uğraşan kardeşim Şenol ATMACA’ya sonsuz teşekkür eder, çalışmamın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

İstanbul, 2016

Lale SARI

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ÖNSÖZ	viii
TABLO LİSTESİ.....	xii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xvii
GRAFİK LİSTESİ.....	xviii
KISALTMALAR.....	xix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM DÜNYADA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

1.1. Sektörü Tanıtıcı Bilgiler	4
1.2. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Gelişimi	5
1.3. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı.....	13
1.3.1. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti	21
1.4. Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü	25
1.4.1. Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Süreci ve Yapısı.....	26
1.4.2. Avrupa Birliği ve Uluslararası Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine İlişkin Düzenlemeler	31
1.4.2.1. Çok Elyaflılar Anlaşması.....	31
1.4.2.2. Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünü Etkileyen Diğer Anlaşmalar.....	33
1.4.2.2.1. Ticarete Teknik Engeller Anlaşması	33
1.4.2.2.2. Menşe Kuralları Anlaşması	34
1.4.2.2.3. Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler Anlaşması.....	35
1.4.2.2.4. Anti-Damping Önlemleri Prosedürü	37
1.4.2.2.5. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması	37
1.4.2. Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Dış Ticaret Yapısı	38
1.5. ABD Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü	53
1.5.1. ABD Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Süreci ve Yapısı	54
1.5.2. ABD Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticaret Yapısı	56
1.6. Çin Halk Cumhuriyeti Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü	69
1.6.1. Çin Halk Cumhuriyeti Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Süreci ve Hammadde Yapısı	71
1.6.2. Çin Halk Cumhuriyeti Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticaret Yapısı.....	75

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

2.1. Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Gelişimi	87
2.1.1. Osmanlı Dönemi Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı	87
2.1.2. Cumhuriyet Dönemi ve Sonrası Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı	89
2.1.3. 1980 ve Sonrası Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı	94
2.2. 2005 Sonrası Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı	102
2.2.1. Hammadde Yapısı ve Üretim Kapasitesi	104
2.2.1.1. Türkiye Pamuk Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti	105
2.2.1.2. Türkiye İplik Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti	116
2.2.1.3. Türkiye Dokuma Kumaş, Örmeye Kumaş ve Elyaf Üretimi ve Dış Ticareti	119
2.2.2. Tekstil ve Hazırgiyim Sektörlerinin Genel Görünümü	123
2.2.2.1. Sektörlerin İşyeri Sayısı ve İstihdamı	123
2.2.2.2. Sektörlerin Kapasite Kullanımı	123
2.2.2.3. Sektörlerin Üretim Endeksi	125
2.2.2.4. Sektörlerin Cirosu	126
2.2.2.5. Sektörlerin AR-GE Faaliyetleri	126
2.2.3. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticaret Yapısı	128
2.2.3.1. İhracat Yapısı	137
2.2.3.2. İthalat Yapısı	144

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN ANALİZİ

3.1. Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün SWOT Analizi	148
3.1.1. Güçlü Yönler	148
3.1.2. Zayıf Yönler	150
3.1.3. Fırsatlar	151
3.1.4. Tehditler	153

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN REKABET AVANTAJI ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI

4.1. Araştırmanın Metodolojisi	157
4.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	157
4.1.2. Araştırmanın Kapsamı	157
4.1.3. Araştırmanın Modeli	158
4.1.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları	158
4.1.5. Anketin Hazırlanması	159
4.1.6. Veri Toplama Aşaması ve Teknikleri	161
4.2. Araştırmanın Sonuçları	162
4.2.1. Demografik Analizler	162

4.2.2. Tanımlayıcı İstatistiksel Analizler.....	166
4.2.3. Güvenilirlik Analizi.....	172
4.2.4. Yorumlayıcı İstatistiksel Analizler.....	173
4.2.5. T-Testi ve Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	177
4.2.6. Korelasyon Analizi	179
4.3. Araştırma Sonucunun Değerlendirilmesi	180

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	182
-------------------------------	------------

EKLER.....	192
-------------------	------------

KAYNAKÇA.....	197
----------------------	------------

ÖZGEÇMİŞ.....	210
----------------------	------------

TABLO LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1: Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti	7
Tablo 2: Dünya Ticaretinin Sektörler İtibariyle Gelişimi.....	8
Tablo 3: Dünya Ticaretinin Sektörel Yapısı	9
Tablo 4: Seçilmiş Ülkelerin Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticaretindeki Payları	10
Tablo 5: Dünyada Tekstil Sektöründe İthalatçı Ülkeler	12
Tablo 6: Dünyada Tekstil Sektöründe İhracatçı Ülkeler	13
Tablo 7: Dünya Pamuk Üretimi	15
Tablo 8: Dünya Pamuk Tüketimi.....	16
Tablo 9: Seçilmiş Ülkelerin Pamuk İthalatı.....	17
Tablo 10: Seçilmiş Ülkelerin Pamuk İhracatı	19
Tablo 11: Dünya Tekstil İhracatında İlk 10 Ülke	22
Tablo 12: Dünya Hazır Giyim İhracatında İlk 10 Ülke	23
Tablo 13: Yıllar İtibariyle AB ve ABD'nin Büyüme Oranları	25
Tablo 14: AB GSYH Büyüme Oranları.....	26
Tablo 15: AB'nin Satış Hacmi, Yatırımlar, Firma ve Çalışan Sayıları	28
Tablo 16: Avrupa Birliği'nin İhracat Yaptığı Belli Başlı Ülkeler . . .	38
Tablo 17: Avrupa Birliği'nin İhracat Yaptığı Belli Başlı Ülkeler	39
Tablo 18: Avrupa Birliği İthalatında Belli Başlı Ülkeler	40
Tablo 19: Avrupa Birliği İthalatında Belli Başlı Ülkeler	41

Tablo 20: Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticareti.....	43
Tablo 21: AB(28)'in 3.Ülkelerle olan Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı ve İthalatı	44
Tablo 22: AB(28)'in Tekstil ve Hazır Giyimde Önde Gelen Ticari Ortakları	45
Tablo 23: AB'nin Tekstil İhracatının Bölgesel Dağılımı	46
Tablo 24: Avrupa Birliği'nin İlk 10 Tekstil Tedarikçisi.....	47
Tablo 25: AB'nin İlk 10 Hazır Giyim Tedarikçisi.....	49
Tablo 26: AB'nin Tekstil Sektörünün İlk 10 Pazarı	51
Tablo 27: AB'nin Hazır Giyim Pazarında İlk 10 Ülke	52
Tablo 28: ABD'nin Temel Göstergeleri	55
Tablo 29: ABD'nin Genel Dış Ticareti.....	58
Tablo 30: ABD'nin Pamuk ve İplik Arzı ve Talebi.....	59
Tablo 31: Dünya Tekstil İthalatçıları Arasında ABD	60
Tablo 32: Dünya Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatçıları Arasında ABD.....	62
Tablo 33: ABD'nin Tekstil İhracatı ve İthalatı.....	63
Tablo 34: ABD'nin Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı ve İthalatı	64
Tablo 35: ABD'nin En Çok Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler	66
Tablo 36: ABD'nin En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri.....	67
Tablo 37: ABD ve Türkiye Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	68
Tablo 38: Temel ve Ekonomik Göstergeler	69
Tablo 39: 2013 Yılı Dış Ticaret Hacmi En Büyük Ülkeler	76

Tablo 40: Çin'in Genel Dış Ticareti	77
Tablo 41: Çin Halk Cumhuriyeti'nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler.....	78
Tablo 42: Çin Halk Cumhuriyeti'nin En Çok İthalat Yaptığı Ülkeler.....	79
Tablo 43: Çin'in Tekstil Dış Ticareti.....	79
Tablo 44: Çin Halk Cumhuriyeti Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti	80
Tablo 45: Çin'in Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı.....	81
Tablo 46: Çin'in En Çok Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı Yaptığı Bölgeler.....	82
Tablo 47: Çin Halk Cumhuriyeti'nin En Çok Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler....	84
Tablo 48: Çin'in En Fazla İthal Ettiği Hazır Giyim ve Konfeksiyon Ürünleri	85
Tablo 49: Çin ve Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	86
Tablo 50: 1927 Yılı Sanayi Sayımı Sonuçları	90
Tablo 51: Cumhuriyet Döneminde Devralınan Fabrikalar ve Kapasiteleri	91
Tablo 52: Türkiye'nin Tekstil-Hazır Giyim İhracat ve İthalatı	95
Tablo 53: Türk Tekstil Ürünleri İhracatının Durumu	97
Tablo 54: Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye Toplam İhracatındaki Payı.....	99
Tablo 55: Tekstil ve Konfeksiyon İthalatının Türkiye Toplam İthalatındaki Payı.....	100
Tablo 56: Türkiye Ekonomisi ve Tekstil Sektörünün Dış Ticareti.....	101
Tablo 57: Türkiye Pamuk Ekim Alanları.....	105
Tablo 58: Türkiye Lif Pamuk Verimi	106
Tablo 59: Türkiye Pamuk Üretimi ve Tüketimi	107

Tablo 60: Bölgeler İtibariyle Türkiye Lif Pamuk Üretimi.....	108
Tablo 61: Türkiye Pamuk İthalatı	110
Tablo 62: Türkiye Pamuk İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı	111
Tablo 63: Türkiye Pamuk İhracatı	113
Tablo 64: Türkiye Pamuk İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı	114
Tablo 65: Pamuk, İpek ve Yün İplik Üretim Kapasitesi	117
Tablo 66: Türkiye İplik İhracatının Dünya İplik İhracatındaki Payı	118
Tablo 67: Dokuma Kumaş Üretim Kapasitesi	120
Tablo 68: 2014 Ocak-2015 Ocak Dokuma Kumaş İhracatı.....	121
Tablo 69: 2014 Ocak-2015 Ocak Örmek Kumaş İhracatı	121
Tablo 70: 2014 Ocak-2015 Ocak Elyaf İhracatı	122
Tablo 71: Genel İhracat Performansı İçinde Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı	122
Tablo 72: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Temel Göstergeleri	123
Tablo 73: Tekstil ve Konfeksiyon Sektörlerinde Kapasite Kullanım Oranı.....	124
Tablo 74: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne Yapılan AR-GE Harcamaları	127
Tablo 75: Genel İstihdam ve AR-GE Personeli İstihdam Oranları Karşılaştırması	127
Tablo 76: Türkiye Genel Dış Ticareti	129
Tablo 77: Ocak 2015 Genel İhracat Performansı İçinde Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı	130
Tablo 78: Türkiye Tekstil ve Hammaddeleri Dış Ticareti.....	131

Tablo 79: Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti	133
Tablo 80: Türkiye'nin Örmeye Giyim İhracatı, İthalatı ve Dış Ticaret Açığı	135
Tablo 81: Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İhracatı, İthalatı ve Dış Ticaret Açığı	136
Tablo 82: Ocak 2014 ve Ocak 2015 Ürün Grupları Bazında Tekstil ve Hammadde İhracatı	139
Tablo 83: Türkiye'nin En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler	140
Tablo 84: Türkiye'nin En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığı Ülkeler.....	143
Tablo 85: Türkiye'nin En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler	145
Tablo 86: Türkiye'nin En Fazla Tekstil İthalatı Yaptığı Ülkeler	146

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1: AB(28)'in Tekstil Tedarikçileri.....	49
Şekil 2: AB(28)'in Hazırgiyim Tedarikçileri.....	50
Şekil 3: Dünya Tekstil İthalatçıları Arasında ABD	61
Şekil 4: Dünya Hazır Giyim İthalatçıları Arasında ABD.....	62
Şekil 5: Türkiye’de Yıllara göre Pamuk Ekim Alanı ve Üretimi.....	93
Şekil 6: 2012-2013 Dönemi Türkiye Pamuk İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı.....	112
Şekil 7: 2014 Yılı Türkiye Pamuk İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı.....	112
Şekil 8: 2012-2013 Dönemi Türkiye Pamuk İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı.....	114
Şekil 9: 2014 Yılı Türkiye Pamuk İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı.....	115
Şekil 10: Türkiye Genel İhracatında İlk 5 Ülke (%)	129
Şekil 11: Türkiye Genel İthalatında İlk 5 Ülke (%)	130
Şekil 12: Türkiye Tekstil ve Hammaddeleri Dış Ticareti.....	132
Şekil 13: Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	134

GRAFİK LİSTESİ

Sayfa No.

Grafik 1: Dünya Ticareti.....	6
Grafik 2: Büyük Ülkelerin ve AB'nin Uluslararası Ticaretteki Durumu.....	21
Grafik 3: Çin Halk Cumhuriyeti Pamuk Üretimi	72
Grafik 4: Çin'in 2009- 2013 Yılları arasında Ekili Pamuk Alanları ve Pamuk Üretimi.....	73
Grafik 5: Çin Halk Cumhuriyeti Pamuk Tüketimi	74
Grafik 6: Çin'in Dünya Tekstil İthalatçıları Arasındaki Yeri	82
Grafik 7: Çin'in Dünya Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatçıları Arasındaki Yeri....	82
Grafik 8: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Yıllara Göre Üretim Endeksi.....	125
Grafik 9: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Yıllara Göre Ciro Endeksi.....	126
Grafik 10: 2013 ve 2014 Yıllarında Türkiye'nin En Fazla Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler	141
Grafik 11: 2013 ve 2014 Yıllarında Türkiye'nin En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığı Ülkeler	144

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AET	: Avrupa Ekonomik Topluluğu
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
ATC	: Tekstil ve Giyim Anlaşması
ÇHC	: Çin Halk Cumhuriyeti
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
EAGÜ	: En Az Gelişmiş Ülke
GATT	: Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş Organizma
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GTİP	: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
GYÜ	: Gelişme Yolundaki Ülke
IMF	: Uluslararası Para Fonu
ITMF	: Uluslararası Tekstil Üreticileri Federasyonu
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
MFA	: Çok Elyaflılar Düzenlemesi
NAFTA	: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Antlaşması
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OVP	: Orta Vadeli Program
TL	: Türk Lirası
TRIPS	: Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları
USD	: Amerikan Doları
yy.	: Yüzyıl

GİRİŞ

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde DTÖ'ye üye olması ve 2005 yılında kotaların kalkması gibi önemli gelişmelerin yaşanmasıyla birlikte, rekabet koşullarının arttığı sektörlerden biri olmuştur. 2005 yılında kotaların kalkmasıyla dünya tekstil ve hazır giyim pazarlarındaki koşullar değişmiş, firmaların 2005 öncesinde sahip oldukları tedarik olanakları büyük ölçüde sınırlanmıştır.

Tekstil ve Hazır giyim sanayi ekonomiye sağladığı katma değer ve istihdam açısından Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biridir. Emek yoğun bir sektör olması, az yatırım gerektirmesi, ülke ihracatındaki payı sebebiyle her geçen yıl önemini arttırmaktadır.

Küresel rekabetin artması, hammadde olanaklarının kısıtlanması, üretim maliyetlerinin sürekli düşmesinin etkisi ile Türk Tekstil ve Hazır giyim sektörünün sıkıntıları artmaya ve büyük ölçekte ihracat yapmakta zorluklar yaşanmaya başlamıştır.

Sektörde yaşanan bu sıkıntılar ekonomiyi de etkileyeceğinden sektörün sürdürülebilirliğini sağlamak Türkiye için büyük önem taşımaktadır. Ticari sınırların ortadan kalkmasıyla birlikte artan rekabet koşullarında Türk tekstil ve hazır giyim firmalarının varlıklarını koruyabilmeleri, hacimlerini arttırabilmeleri ve uluslararası rekabette söz sahibi olabilmek için rekabet stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir.

Artan rekabet şartları karşısında ihracatı arttırmaya yönelik klasik politikaların yeterli olmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda firmalar, dikkatlerini; ürünün kalitesi, pazarlaması, yaratılan katma değer, moda ve marka gibi tüketici odaklı rekabet faktörleri üzerinde yoğunlaştırmaya başlamışlardır.

Bu kapsamda tezin amacı, Türk Tekstil ve Hazır Giyim sektörünün artan rekabet ortamında firmaların oluşturdukları stratejilerin neler olduğu, uygulanan stratejilerin etkileri, firmaların, gelişmeler karşısında atfettikleri önem ve çözüm önerileri konularının araştırılması ve birtakım önerilerde bulunmaktır.

Tez dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, sektörün tanımı, Dünya Tekstil ve Hazır giyim sektörünün yapısı, ithalat ve ihracat hacimlerinin tarihsel gelişimi incelendikten sonra yıllar itibariyle ithalat ve ihracat rakamları, sektörün hammadde yapısı, hammaddenin dış ticaret rakamlarına ülkeler ve ülke grupları itibariyle yer verilmiştir. Dünya Tekstil ve Hazır giyim Sektörü dış ticaretinde önemli paya sahip olan Avrupa Birliği, ABD ve Çin'in detaylı olarak incelenmesi uygun görülmüş, sektörün tarihsel sürecine değinildikten sonra, hammadde yapıları, istihdam durumları, ihracat ve ithalat miktarları detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

İkinci bölümde, Türk Tekstil ve Hazır Giyim sektörünün tarihsel gelişimi Osmanlı döneminden 2004 yılına kadar yıllar itibariyle incelenmiştir. 2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte sektörde yaşanan yoğun gelişmeler ışığında 2005 yılından günümüze Türk Tekstil Sektörü detaylı ele alınmıştır. Sektörün yapısal özellikleri, pamuk, iplik, dokuma kumaş, örme kumaş, elyafdan oluşan hammaddelerinin üretim, tüketim ve dış ticaret miktarları incelenmiştir. Ayrıca sektörün istihdam durumu, kapasite kullanım oranları, üretim endeksi, cirosu ve AR-GE faaliyetleri ele alınmış, tekstil, konfeksiyon ve hazır giyim dış ticaret rakamları; ürün grupları, ülkeler ve ülke grupları bazında yıllar itibariyle açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün Swot analizine yer verilmiştir. Sektörün güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri yaşanan gelişmeler ve çevresel faktörler ışığında incelenmiştir.

Dördüncü bölümde, Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün saha araştırmasına yer verilmiş, ithalat ve ihracat yapan 60 adet firmanın yöneticisine yönelik anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada artan rekabet koşullarında Türk tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren ve ithalat/ihracat yapan firmaların varlıklarını sürdürebilmek, kalıcı olabilmek ve pazar paylarını arttırmak için hangi stratejileri ortaya koydukları, uyguladıkları stratejilerin sonuçları ve çözüm önerileri farklı analiz yöntemleri kullanılarak değerlendirilmiştir.

Sonuç bölümünde ise, yapılan saha araştırması neticesinde Türkiye ekonomisinde ve dış ticaretinde önemli bir paya sahip olan Tekstil ve Hazır giyim

sektöründe faaliyet gösteren ve ithalat/ihracat yapan firmaların yöneticilerine uygulanan anket çalışmasından elde edilen bilgiler yorumlanmış, birtakım sonuçlara ulaşılmış ve önerilerde bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

1.1. Sektörü Tanıtıcı Bilgiler

Tekstil ve konfeksiyon kavramları, genellikle birlikte anılmaktadır. Bu durum iki sektörün tamamlayıcılık ilişkisi bulunmasıyla yakından ilgilidir. Çünkü tekstil ürünleri, konfeksiyon ürünlerinin en önemli girdisini oluşturmaktadır. Bu nedenle de konfeksiyon, tekstil ürünlerinde katma değer artışının sağlandığı sektör konumunda bulunmaktadır.¹ Bu iki sektör birbirini tamamlamaktadır. Tekstil sanayinin temel işlevi konfeksiyon sanayinin hammaddesini oluşturan iplik ve kumaş üretimidir.² Konfeksiyon sanayi ise kendi içerisinde, dokumadan giyim eşyası, örme giyim eşyası ve hazır giyim gibi birçok alt sanayiden ve fermuar, düğme, metal aksesuar, etiket, çıt çıt, kopça tela vb.den oluşan yan sanayilerden oluşmaktadır.³ Genellikle gelişmiş ülkelerde rastlanan bir sektör olan tekstil sektörünün üretim sürecindeki iş akışı; eğirme, dokuma ve tamamlanma aşamalarından oluşmakta olup, genellikle bu üç işlem entegre fabrikalarda bir arada yapılmaktadır.⁴

Teknolojideki ve tüketici taleplerindeki gelişmeler tekstil ürünlerinin, dolayısı ile sektörün kapsamını da genişletmiştir. Sektör, kullandığı hammaddeler ve işlem özellikleri bakımından “hafif endüstri” anlamına gelmektedir. Üretim aşamaları ve kullanılan makinelerin çeşitliliği, üretim hızının düşüklüğü gibi nedenlerle emek yoğun bir sanayi dalı olarak tanımlanan tekstil sektörü son yıllarda sanayide görülen önemli yapısal değişiklikler sonucu sermaye yoğun bir sanayi dalı haline dönüşmüştür.⁵ Tekstil ve hazır giyim sanayi, ürünlerinin temel bir tüketim malı olması, nispeten düşük

¹Duygu Türkan, “Türk Dış Ticaret Dengesinde Tekstil Sektörünün Rolü ve Finansman Olanakları”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Marmara Üniversitesi SBE, 2006, s.1

² Aziz Öztürk, “Kriz Yönetimi ve Tekstil Sektörüne Etkileri ile İlgili Bir Uygulama”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Selçuk Üniversitesi SBE, 2003, s. 77

³ Senem Çeşmecioğlu ve Müge Çakar, **Türk Konfeksiyon Yan Sanayii ve İsrail’e İhracat Olanakları**, İstanbul: Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri A.Ş., 1999, s. 3.

⁴ Nevzat Saygılıoğlu, “**Tekstil Sektörünün Dış Ticarete Karşılaştığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, 1.Baskı, Türk Tekstil ve İşverenleri Sendikası, Harman Ofset Basın Yayın, 2006, s.13

⁵ İbrahim Özgür, “Türkiye’de Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Durumu ve Çıkış Stratejileri”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Kadir Has Üniversitesi SBE, 2006, s.1

sermaye ihtiyacı, sağladığı istihdam imkânı, üretim sürecinde yaratılan katma değer ve ihracat imkânları nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır.⁶

Uluslararası ticaret sınıflandırmasında tekstil sektörü 3 temel başlık adı altında incelenmektedir. Bunlar; 1.Tekstil elyafları ve bunların atıklarını içeren bir grup, 2.Tekstil İpliği, dokuma, mensucat ve ilgili, ürünleri içeren bir grup, 3.Konfeksiyon (Hazır Giyim) ve aksesuarlarını içeren bir diğer gruptur.⁷

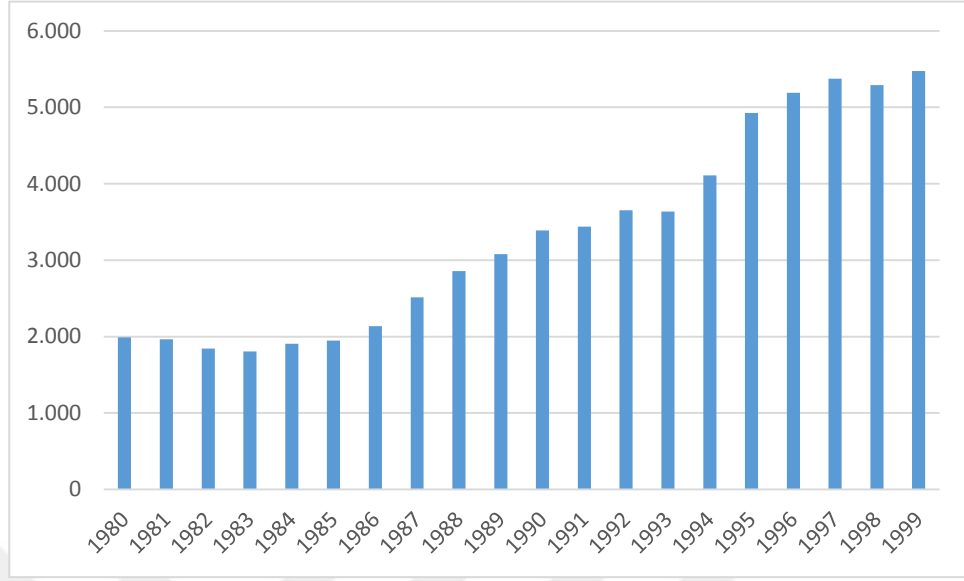
1.2. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Gelişimi

Tekstil ve Hazır Giyim üretimi, insanoğlunun giyinme ihtiyacından itibaren vardır. Küçük birimlerden oluşan bu sektör, zaman içerisinde ihtiyacı karşılamış ve talebe uygun olarak da büyüme göstererek büyük bir sanayi dalı haline gelmiştir. Dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin birlikte yer aldığı sektör, pazar çeşitlenmesini sağlayarak dünya pazarlarındaki payını arttırmakta ve bu artış trendini korumayı hedeflemektedir.⁸

⁶ Engin Akçagün, “Türk Hazır Giyim Sanayinde Uluslararası Pazarlarda Üstünlük Sağlamasına Yönelik Rekabet Stratejisi Modeli Geliştirilmesi”, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Marmara Üniversitesi FBE, 2011, s.9

⁷ Özgür, s.1.

⁸ Can Fuat Gürlesel, Sadi Uzunoğlu ve Uğur Civelek. “Hazır Giyim Sektörünün Türkiye ve Dünyadaki Gücü”, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Kasım 2002, s.23



Grafik 1: Dünya Ticareti (İhracat Olarak - Milyar USD)
Kaynak: Hüsamettin Nebioğlu, **Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti**,
Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ocak-2001, Ankara, s.1

Dünya ticareti 1980 yılından bu yana, ekonomik gelişmişlik düzeyinin yanında insanların hayat standartlarının da artışıyla, çeşitli ekonomik buhranlar, küresel kriz dönemleri ve savaş dönemleri dışında kalan yıllar itibariyle hacim artışı göstermiştir. 1980 yılında 1.989 Milyar USD olan dünya ticaret hacmi, 1990 yılında %70 artış ile 3.387 Milyar USD ve 1999 yılında ise %175 artış ile 5.473 Milyar USD gerçekleşme ile ciddi artış göstermiştir.

1980-1999 döneminde tekstil ticareti ise %166 oranında artarak, 55.6 milyar dolardan 148 milyar dolara, hazır giyim ticareti %360 oranında artarak 40,4 milyar dolardan 186 milyar dolara yükselmiştir. 1980-1999 döneminde bu ürünlerin ihracatı, zaman zaman istikrarsızlık gösterse de, 1997 yılına kadar artışını düzgün şekilde sürdürmüştür.⁹

Bu dönemde, özellikle petrol fiyatlarının zaman zaman aşırı ölçüde değişmesi, madencilik sektöründeki gelişmelerin yeterince açık olarak ortaya çıkmasını engelleyen

⁹ Hüsamettin Nebioğlu, **Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ocak-2001, Ankara, s.2

önemli bir faktör olurken, asıl önemli gelişmeler imalat sanayi ürünleri ticaretinde yaşanmıştır.¹⁰

Tablo 1
Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti (Milyar Dolar)

Yıllar	Toplam Dünya Ticareti		Dünya Tekstil Ticareti		Dünya Hazır Giyim Ticareti		Çin Halk Cumhuriyeti'nin Sektördeki Yükselişi		
	İhracat	Değişim (%)	İhracat	Değişim (%)	İhracat	Değişim (%)	İhracat	Değişim (%)	Pay (%)
1990-2000	4.786	6,7	135	4,2	154	6,3	35	9,2	11,8

Kaynak: World Trade Organization, Background Statistical Information with Respect to Trade in Textiles and Clothing, 20 September 2004; p.6; Fatih Öztürk, Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Türkiye'nin Rekabet Edilebilirliği ve Ülke Karşılaştırmaları, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE, 2007, s.27

1990-2000 yılları arasında dünya tekstil ticareti %4,2, dünya hazır giyim ticareti %6,3 artarken Çin Halk Cumhuriyeti aynı dönemde %9,2'lik bir büyüme gerçekleştirmiştir. 1990–2000 yılları arasında ÇHC'nin dünya ticaret hacmindeki payı %11,8 oranında artmıştır.¹¹

Tekstil ve hazır giyim sektörü global anlamda; milli gelir, istihdam yaratmakta ve uluslararası ticarete önemli bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır. 2003-2004 yıllarında tekstil sektörü, global imalat sanayinin %25'ini oluşturmaktadır. Toplam imalat sanayi ihracatının ise %3,2 sini oluşturmaktadır. Bu oran, hazır giyim için sırasıyla %3,2 ve %4,3'tür. Bu da tekstil ve hazır giyim sektörünün, toplamda dünya ticaretinde ne kadar önemli yer tuttuğunu göstermektedir.¹²

¹⁰ Nebioğlu, s.1

¹¹ Öztürk, s.28

¹² Selçuk Arı ve Diğerleri, **Türk Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücünü Arttırıcı Politika Önerileri(Dünya Uygulamalarıyla Bir Karşılaştırma)**, İstanbul: İHKİB, 2004, s.7

Tablo 2
Dünya Ticaretinin Sektörler İtibariyle Gelişimi

		(Milyar Dolar)					Ortalama Yıllık % Değişme			
		1973	1980	1990	1998	1999	73-80	80-90	80-99	90-99
1-	TARIMSAL ÜRÜNLER	121	298,7	414,8	561	543,8	16,3	3,3	3,2	3,1
2-	MADENCİLİK	95,7	566,7	479,2	496,2	556,3	34,5	-1,7	-0,1	1,7
3-	İMALAT SANAYİ ÜRÜNLERİ	347,5	1095,1	2386,5	4044	4186,2	21,1	8,1	7,3	6,4
	Demir Çelik	28,5	76,6	105,1	141,5	126,1	17,9	3,2	2,7	0
	Kimyasallar	41,9	154	295,1	506,5	525,7	24,2	6,7	6,7	6,6
	Diğer İşlenmiş Ara Malları	29	92,4	262	402,8	414	21,3	11	8,2	5,2
	Makinalar ve Ulaşım Araçları	188	593	1212	2185,5	2294,6	21,1	7,4	7,4	7,4
	Otomotiv Ürünleri	41	127,5	321,1	520,9	549,2	2,8	0,7	8	6,1
	Büro ve Haberleşme Cihaz.	17,2	57,9	298,2	697,3	769,4	22,4	17,8	14,6	11,1
	Diğ. Makine ve Ulaşım Araç.	129,8	407,7	592,7	967,3	976	21	3,8	4,7	5,7
	Tekstil	23,4	55,6	104,8	151,3	147,9	15,5	6,5	5,3	3,9
	Hazır Giyim	12,6	40,4	106,5	183,3	186	21,4	1,2	8,4	6,4
	Diğer Tüketim Malları	24,3	83,3	301,2	473	491,9	22,8	13,7	9,8	5,6
4-	DIĞER ÜRÜNLER	10,2	28,5	106,6	188,8	186,7	18,7	14,1	1,4	6,4
	TOPLAM	574,3	1988,9	3387	5290	5473	23	5,5	5,5	5,5

Kaynak: Hüsamettin Nebioğlu, **Tekstil ve Giyim Ticareti**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ocak 2001, s.1

1993 yılında da özellikle Avrupa kaynaklı bir kriz nedeniyle hem dünya ticareti, hem de tekstil ticareti daralmıştır. Bu daralma, özellikle Avrupa para birimlerinin ABD doları karşısında değer kaybetmesinden ve doların değer kazanmasına sebep olan faktörlerden kaynaklanmıştır. 1999 yılında ise AB ticaretinin dolar değerinin küçülmesi sonucu tekstil ürünleri ticaretindeki azalma devam ederken, hazır giyim ticaretindeki artış ancak yüzde 1,5 düzeyinde kalmıştır.¹³

Dünya’da 1980 yılında 418 milyar dolar olan tekstil üretim değeri 1995 yılında en yüksek değerine ulaşarak 517 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 1997 yılında Asya ülkelerinde başlayan ekonomik krizin etkisiyle fiyatlar gerilemeye başlamış ve 1998 yılında dünya tekstil üretimi 485 milyar dolara gerilemiştir.¹⁴

¹³ Nebioğlu, s.3.

¹⁴ Ayhan Görgülü, “Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Markalaşma ve İhracata Etkileri”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Uludağ Üniversitesi, 2006, s.4

Tablo 3
Dünya Ticaretinin Sektörel Yapısı

		1973	1980	1990	1998	1999
1-	TARIMSAL ÜRÜNLER	21,1	15	12,2	10,6	9,9
2-	MADENCİLİK	16,7	28,5	14,1	9,4	10,2
3-	İMALAT SANAYİ ÜRÜNLERİ	60,5	55,1	70,5	76,4	76,5
	Demir Çelik	5	3,8	3,1	2,7	2,3
	Kimyasallar	7,3	7,7	8,7	9,6	9,6
	Diğer İşlenmiş Ara Malları	5	4,6	7,7	7,6	7,6
	Makinalar ve Ulaşım Araçları	32,7	29,8	35,8	41,3	41,9
	Otomotiv Ürünleri	7,1	6,4	9,5	9,8	10
	Büro ve Haberleşme Cihaz.	3	2,9	8,8	13,2	14,1
	Diğ. Makine ve Ulaşım Araç.	22,6	20,5	17,5	18,3	17,8
	Tekstil	4,1	2,8	3,1	2,9	2,7
	Hazır Giyim	2,2	2	3,1	3,5	3,4
	Diğer Tüketim Malları	4,2	4,2	8,9	8,9	9
4-	DİĞER ÜRÜNLER	1,8	1,4	3,1	3,6	3,4
	TOPLAM	100	100	100	100	100

Kaynak: Hüsamettin Nebioğlu, **Tekstil ve Giyim Ticareti**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ocak 2001, s.3

Tablo 3'te; 1999 yılı itibariyle tekstil ürünlerinin dünya ticareti içindeki payının yüzde 2,7, hazır giyim ticaretinin payının ise yüzde 3,4 olduğu görülmektedir. 1999 yılı itibariyle 5,5 trilyon dolar seviyesine ulaştığı tahmin edilen dünya ticareti içinde, tekstil ticareti 150 milyar dolar, giyim ticareti ise 180 milyar dolar düzeyindedir. Bu durum hareket alanı olarak ifade edilecek olan bu sektörün pazar büyüklüğünün hiçbir büyük ülke için yeterince geniş olmadığını göstermektedir.¹⁵

Dünya tekstil üretiminde dikkati çeken bir diğer önemli husus gruplar itibariyle önemli değişikliklerin olmasıdır. 1980-1995 yılları arasında Asya ülkeleri üretim değeri yüzde 97,7 oranında artarken, Amerika kıtasında üretim yüzde 76,3 oranında artmış, Avrupa kıtasının üretimi ise yüzde 32,4 oranında gerilemiştir. Ülke gruplarına bakıldığında, 2000 yılına kadar Batı Avrupa en büyük tekstil ihracatçısı konumundadır. Asya kıtası ülkeleri 1990-2000 dönemi içerisinde tekstil ihracatlarını yıllık ortalama yüzde 7 oranında artırmayı başarmışlar ve böylece toplam tekstil ihracatı içindeki payları yüzde 35'ten yüzde 45'e yükselmiştir. Batı Avrupa ülkeleri tekstil ihracatı yıllık

¹⁵ Nebioğlu, s.4,5

ortalama yüzde 1 oranında artmış ancak sonuç olarak 1990 yılında dünya tekstil ticaretinde yüzde 53 olan payları 2000 yılında yüzde 38'e gerilemiştir.¹⁶

Tablo 4
Seçilmiş Ülkelerin Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticaretindeki Payları (%)

Ülkeler	1990		1995		2000	
	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat
AB (15)	43,1	48,7	35,6	41,1	28,5	34,8
ABD	3,6	15,3	4,5	16,2	5,6	22,4
Almanya	10,3	14,7	7,1	11,6	5,2	8,1
Japonya	3	5,9	2,5	7,7	2,1	6,6
İngiltere	3,5	6,4	3	4,8	2,5	5,4
Fransa	5	7,3	4,2	5,7	3,4	4,9
İtalya	10	3,5	8,8	3,5	7,2	3,3
ÇHC	7,9	2,4	12,2	3,7	14,8	3,8
Güney Kore	6,6	1	5,6	1,6	5	1,3
Türkiye	2,2	0,3	2,8	0,6	2,9	0,6

Kaynak: Fatih Öztürk, Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Türkiye'nin Rekabet Edilebilirliği ve Ülke Karşılaştırmaları, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE, 2007, s.29

Ülkelerin dünya tekstil ve hazır giyim ticareti içerisinde aldıkları paylara bakıldığında ihracatları artan ülkeler ÇHC ve Türkiye olarak karşımıza çıkarken ihracatı azalan ülkeler AB topluluğu ve Doğu Asya ülkeleri olmuştur. İthalatlara baktığımızda ise ABD, ÇHC ve Türkiye'nin ithalatlarının istikrarlı bir şekilde arttığı gözlenmektedir.¹⁷

Dünya hazır giyim sanayi üretimi incelendiğinde son 20 yıllık dönemde dünya hazır giyim sanayi üretiminin tekstil sanayi üretiminden daha yüksek oranlarda arttığı görülebilmektedir. 1980 yılında 211 milyar dolar olan dünya hazır giyim üretim değeri, 1998 yılında 335 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Hazır giyim üretiminde tekstil

¹⁶ Görgülü, s.4.

¹⁷ Öztürk, s.28

üretimindeki trende paralel ve hatta daha yüksek oranlarda, gelişmekte olan ülkelerin dünya üretimindeki payları artmıştır. 1980–1995 döneminde değer bazında Asya kıtası ülkeleri hazır giyim üretimi yüzde 177 oranında artarken, Avrupa kıtası ülkelerinin hazır giyim üretimi aynı dönemde yüzde 13 oranında azalmıştır. Amerika kıtası hazır giyim üretim değeri ise yüzde 67 oranında artış göstermiştir.¹⁸

Tablo 4 incelendiğinde; 15 AB ülkesinin 1990 yılında dünya tekstil ve hazır giyim ticaretinden aldıkları pay %43,1 iken, 1995 yılında %35,6'ya 2000 yılında %28,5'e düşmüştür. 15 AB ülkesinin dünya tekstil ve hazır giyim ithalatından aldıkları pay 1990 yılında %48,7 iken bu oran 1995 yılında %41,1'e 2000 yılında %34,8 düşmüştür. Sonuç olarak AB ülkelerinin hem ihracatta hem de ithalatta paylarının azaldığı görülmektedir. Türkiye'nin dünya tekstil ve hazır giyim ihracatından aldığı pay 1990 yılında %2,2 iken bu oran 1995 yılında %2,8'e, 2000 yılında %2,9'a ve 2004 yılında ise %3,9'a yükselmiştir. Türkiye 1990 yılında dünya tekstil ve hazır giyim ithalatından %0,3 pay alırken, bu oran 1995 ve 2000 yıllarında 0,6'ya yükselmiştir. Özetle Türkiye'nin hem ihracat hem de ithalat oranlarına bakıldığında payının düzenli olarak arttığı görülmektedir.¹⁹

Tablo 5'de başlıca tekstil pazarları incelendiğinde, Çin, Hong Kong, ABD, Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Japonya ve İspanya'nın dünya tekstil pazarlarının %54'ünü oluşturduğu gözlenmektedir. Çin, Hong Kong ve Japonya dışında diğer pazarlar Türkiye dışsatımının geleneksel ve en önemli pazarlarıdır. Çin, Hong Kong ve Japonya, sırasıyla 21 milyar dolar, 14 milyar dolar ve 4 milyar dolarlık alım değeriyle önemli pazarlar olmalarına karşın, bu ülkelerin gereksinimlerini coğrafi yakınlık ve seçenekli sözleşmelerden kaynaklanan ayrıcalıklar nedeniyle, Asya ülkelerinden sağlamaları Türk satıcılarının çoğunlukla giriş yapamadığı pazarlar olmuştur.

¹⁸ Görgülü, s.4

¹⁹ Öztürk, s.29

Tablo 5
Dünyada Tekstil Sektöründe İthalatçı Ülkeler (Milyon USD)

Ülkeler	1999	2.000	2001	2002	2003	2004
Çin	12.832	15.397	15.013	15.661	17.887	21.484
Hong Kong	12.552	13.669	12.051	11.935	12.918	14.023
ABD	10.637	11.552	10.609	11.331	11.549	12.716
Almanya	9.355	8.303	8.466	7.805	8.772	9.508
İtalya	7.502	7.922	7.619	7.383	8.181	9.142
İngiltere	6.825	6.325	5.776	5.655	6.003	6.481
Fransa	6.332	5.975	5.621	5.525	6.087	6.375
Japonya	4.061	4.069	3.715	3.455	3.834	4.187
İspanya	3.415	3.304	3.246	3.361	3.816	4.108
Türkiye	2.734	2.819	3.061	3.163	3.943	4.952

Kaynak: Caner Benli, “Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Değişen Dünya Pazarlarına Uyum Süreci”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.** Gazi Üniversitesi SBE, 2008, s.19

Dünyanın belli başlı tekstil alan ülkeleriyle ilgili, 1999–2004 yıllarına göre gelişmekte olan ülkelerde ithalatın yüksek oranlarda artış gösterdiği, örneğin Çin’in %11,2, gelişmiş ülkelerin ithalatı ise daha küçük düzeylerde ABD %3,9 ve Almanya %0,7 artış gösterdiği yönünde bir eğilimin olduğu belirlenmiştir. İngiltere, Almanya, Fransa ve Japonya gibi ülkelerde ortalama ithalat artışı son derece düşük düzeydedir.²⁰

Tablo 6’da dünyanın belli başlı ülkelerinin ihracatı ile ilgili çizelge incelendiğinde ise gelişmiş ülkelerin önemli ölçüde ihracat yaptıkları gözlenmektedir. 1999–2004 arasındaki beş yıllık dönemde ortalama ihracat artışının, ithalatta gerçekleşen artışın çok üzerinde olduğu görülmektedir. Başta Çin ve Hindistan olmak üzere gelişmekte olan ülkelerin tekstil satışının, gelişmiş ülkeler ve dünya genelinin üzerinde olduğu gözlenmektedir. Bu ticaret doğal olarak gelişmekte olan ülkeler arasında olmaktadır.

²⁰ Caner Benli, “Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Değişen Dünya Pazarlarına Uyum Süreci”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.** Gazi Üniversitesi SBE, 2008, s.19

Tablo 6
Dünyada Tekstil Sektöründe İhracatçı Ülkeler (Milyon USD)

Ülkeler	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Çin	11062	13637	13721	16888	21420	26200
ABD	10420	12761	12551	12769	14339	16327
Hong Kong	12063	13090	11877	12171	12938	14072
İtalya	11652	11727	11817	11792	13445	14951
Almanya	12506	11386	11393	11266	12873	13869
Güney Kore	11940	13119	11222	11163	11086	11286
Japonya	7172	7646	6818	6628	7009	7686
Hindistan	4275	4921	4294	4826	5542	5411
Türkiye	2734	2819	3061	3163	3943	4952

Kaynak: Caner Benli, “Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Değişen Dünya Pazarlarına Uyum Süreci”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Gazi Üniversitesi SBE, 2008, s.20

1.3. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı

Tekstil ve hazır giyim sanayi, ürünlerinin temel bir tüketim malı olması, nispeten düşük sermaye ihtiyacı, sağladığı istihdam imkânı, üretim sürecinde yaratılan katma değer ve ihracat imkânları nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır.²¹

Tekstil ve hazır giyim sanayi, sanayileşme sürecinin ilk başladığı sektörlerden birisidir. 19.yüzyılın ilk yarısında İngiltere, 20.yüzyılın başlarında Japonya, 1950’lerde Tayvan ve Güney Kore sanayileşme süreçlerinin başlarında bu sanayiye geliştirerek sermaye birikimi sağlamış, ihracat ve üretim tecrübesi edinmişlerdir. 1970’lerden bu yana tekstil ürünleri üretimi ve ihracatının gelişmiş ülkelere kaymakta olduğu görülmektedir. Bu akımın etkisi ile Hong Kong, Güney Kore ve Tayvan, Japonya’nın ardından, tekstil ve hazır giyim sanayinin ana ihracat kalemi haline gelmesi ile Asya’nın yeni sanayileşen ülkeleri konumuna yükselmişlerdir. 1980’lerden itibaren hız

²¹ Akçağın, s.9

kazanan küreselleşme eğilimi tekstil ve hazır giyim sanayinde ticaret akışını hızlandırmış, son otuz yıl içerisinde yaklaşık olarak sektörün toplam kapasitesinin yarısı gelişmiş ülkelerden gelişmekte olanlara kaymıştır. Doğal olarak sektör, günümüzde en fazla küreselleşmiş endüstrilerden biri olarak tanımlanmaktadır.²²

Tekstil ve hazır giyim sektörü gelişmiş pazar ekonomilerinde de yaratılan katma değer sıralamalarında, ileri teknoloji sektörlerinin ağırlığına rağmen ilk sıralarda yer almaktadır.²³ Bundan dolayı dünyada rekabetin en fazla yaşandığı sektördür. Aynı zamanda bu sektör, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler tarafından tarife ve tarife dışı engellerle en çok korunan sektördür. Gelişmekte olan ülkeler düşük sermaye ile yüksek istihdam sağlayan sektörler için teşvik sağlarken gelişmiş ülkeler ise sektörün sağladığı istihdamı koruyabilmek amacıyla kendi iç pazarlarını yabancı rakiplerine karşı korumakta, sektörde yeni teknolojilerin ve üretim yöntemlerinin kullanılmasını özendirici politikalar uygulamaktadır.

Uluslararası rekabette söz sahibi olabilmek için ürünün kalitesi, yaratılan katma değer ve moda-marka gibi tüketici odaklı rekabet faktörleri üzerinde yoğunlaşılması gerektiği gözlenmektedir. Nitekim 1980’li yıllardaki fiyat, miktar ve kitlesel tüketime yönelik rekabet koşulları, yerini giderek kalite ve bireysel tüketime yönelik rekabet koşullarına bırakmaktadır.²⁴

Dünyada yeniden yapılanan tekstil sanayinde gelişmiş ülkeler; tasarım, moda yaratma ve pazarlama faaliyetlerini ağırlıkla kendi bünyesinde toplarken, üretim sürecini maliyetin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelere kaydırmaktadır.²⁵ Bu nedenle tekstil ve hazır giyim sanayi sermaye sıkıntısı yaşayan, ucuz işgücüne sahip gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarında önemli bir rol oynamaktadır.²⁶

Tekstil sektöründeki bu değişime bağlı olarak, elyaf üretiminden tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin perakende satışı ve tüketimine kadar olan tüm aşamalarda, yeniden yapılanma yaşandığı gözlemlenmektedir. Gelişmiş pazarlardaki tüketicilerin

²² Akçagün, s.9

²³ Özgür, s.25

²⁴ Nebioğlu, s.14

²⁵ Özge Çalışkan, **Tekstil Sektörü**, Türkiye İş Bankası A.Ş. İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü, İstanbul, 2006,s.2.

²⁶ Ç.Emrah Öngüt, **Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinin Değişen Dünya Rekabet Şartlarına Uyum**, DPT, Ankara, 2007, s.3

sosyal ve çevresel faktörlere duyarlılığı artarken, hazır giyim tercihlerinde kullanışlılık, müşteri tercihlerinde ön plana çıkmaktadır. Bu eğilim, kullanım kolaylığı bakımından doğal elyaflardan daha avantajlı olan suni elyafların üretim ve tüketimini arttırmaktadır.²⁷

1980’lerde tekstil ve konfeksiyon tedarikçilerinin doğal elyaflardaki üretim kapasiteleri doğru orantılı iken 1990’larda bu dengeler değişmiş, tekstil sektörünün ana hammaddesi olan pamuğun bu yıllarda üretim ve tüketiminde önemli bir artış olmadığı görülmüştür. Tekstil sanayinin ana hammaddesini oluşturan pamuk üretiminin dünyadaki durumu Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7
Dünya Pamuk Üretimi (Milyon Metrik Ton)

	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
Çin	6.6	6.2	7.7	8.1	8.0	7.0	6.6	7.2	7.6	7.1
Hindistan	4.1	4.1	4.7	5.4	4.9	5.2	5.7	6.0	5.6	6.7
Amerika	5.1	5.2	4.7	4.2	2.8	2.7	3.9	3.4	3.8	2.8
Pakistan	2.4	2.2	2.2	1.9	1.9	2.0	1.9	2.3	2.0	2.1
Brezilya	1.3	1.0	1.5	1.6	1.2	1.2	2.0	1.9	1.3	1.7
Özbekistan	1.1	1.2	1.2	1.2	1.0	0.8	0.9	0.9	1.0	0.9
Afrika Serbest Bölgesi	1.0	0.9	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5	0.9
Türkiye	0.9	0.8	0.8	0.7	0.4	0.4	0.5	0.7	0.6	0.5
Avustralya	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4	0.9	1.2	0.9	0.9
Türkmenistan	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3	0.3
AB-27	0.5	0.5	0.4	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3
Yunanistan	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3
Burkina	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.3
Mali	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2
Diğerleri	2.0	1.7	1.2	1.0	1.6	1.5	1.6	1.9	1.8	1.0
Dünya Toplamı	26.4	25.4	26.6	26.2	23.8	22.2	25.3	27.0	26.1	26.0

Kaynak: Cotton Incorporated, Monthly Economic Letter, October-2014,
<http://www.cottoninc.com/corporate/Market-Data/MonthlyEconomicLetter/pdfs/>
(19.10.2014)

Dünya pamuk üretim değerlerine bakıldığında Güneydoğu Asya Ülkeleri ile Çin, Brezilya ve Avustralya gibi ülkelerin pamuk üretimlerini arttırdıkları, buna karşılık Amerika, Türkiye ve Türki Cumhuriyetlerinin üretimlerinin düştüğü ve AB’nin üretiminin yarı yarıya azaldığı görülmektedir. Çin 2004-2005 yılları arasında 6.6 milyon

²⁷ Nebioğlu, s.15

metrik ton pamuk üretimi yaparken, 2008-2009 yılında 8.0 ve 2012-2013 Nisan döneminde 7.6 milyon metrik ton pamuk üretimi gerçekleştirerek yıllar itibariyle üretim hacminde artan bir grafik çizmektedir. Hindistan ise 2004-2005 yılları arasında üretmiş olduğu 4.1 milyon metrik ton pamuğu, 2008-2009 yılında 4.9 milyon metrik tona ve 2012-2013 Nisanda ise 5.6 milyon metrik tona çıkartarak, pamuk üretiminde en fazla artış yakalayan ülke konumuna gelmiştir. Türkiye ise 2004-2005 yılında ürettiği 0.9 milyon metrik tona karşılık, 2008-2009 yıllarında yarı yarıya düşüş göstererek 0.4 milyon metrik tona ve 2012-2013 döneminde ise 0.6 milyon metrik ton ile dünya ortalamasında üretim hacminde azalma kaydetmiştir. Bu azalma 2013-14 döneminde de devam etmiş ve 0.5 milyon metrik tona kadar düşmüştür. Türkiye’de önemli bir pamuk üreticisi olmasına karşın, yerli sanayi talebini karşılayamamakta ve açığı ithalat yoluyla kapatmaktadır. Diğer büyük tekstil üreticilerinden Hindistan kendi kendine yeterken, Pakistan, Çin ve Türkiye’ye oranla daha az bir açık vermektedir.²⁸

Tablo 8
Dünya Pamuk Tüketimi (Milyon Metrik Ton)

	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15*
Çin	8.4	9.8	10.9	11.2	10.8	10.9	10.0	7.8	9.0	7.5	7.9
Hindistan	3.2	3.6	3.9	4.0	3.8	4.3	4.5	4.7	4.8	5.0	5.2
Pakistan	2.3	2.5	2.7	2.7	2.6	2.3	2.2	2.2	2.5	2.2	2.3
Türkiye	1.5	1.5	1.6	1.3	1.1	1.3	1.2	1.2	1.3	1.4	1.3
Brezilya	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9	0.9	0.9	0.8	0.8
Amerika	1.5	1.3	1.1	1.0	0.9	0.8	0.8	0.7	0.7	0.7	0.8
Bangladeş	0.4	0.5	0.5	0.6	0.6	0.8	0.8	0.7	0.8	0.9	0.9
Endonezya	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	0.6	0.6
Tayland	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3		
Meksika	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
AB (27)	0.8	0.6	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
Tayvan	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2		
Güney Kore	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3		
Özbekistan	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3		
Diğerleri	2.3	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	1.8	2.3	2.9	3.1
Dünya Toplamı	23.5	25.2	26.6	26.3	25.2	25.7	24.6	22.0	23.5	23.2	24.0

Kaynak: Agritrade Infomed Analysis, Expert Opinions, “Cotton Sector” Executive Briefs, October-2012,

²⁸ Ümit Sevim ve Oğuz Koyuncu; Elyaf & İplik, TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 2008, s.9

<http://www.agritrade.cta.int/Agriculture/Commodities/Cotton/Executive-Brief-Update-2012-Cotton-sector> (15.02.2014) ; Tijen Özudoğru, “Durum ve Tahmin Pamuk 2013/2014”, TEPGE, Ankara, Mart 2014, s.17

*Tahmini verilerden oluşmaktadır.

2004-2014 yıllarına bakıldığında dünyada pamuk tüketimlerini arttıran ülkelerin başında Bangladeş, Hindistan, Özbekistan ve Pakistan gelmektedir. AB ülkeleri ve ABD başta olmak üzere Türkiye, Tayland ve Meksika pamuk tüketimlerini azaltan ülkelerdir. Brezilya, Endonezya, Tayvan ve Güney Kore gibi ülkelerin ise pamuk tüketimlerinde herhangi bir değişiklik olmamıştır. ÇHC 2004-2005 yılları arasında 8,4 milyon metrik ton pamuk tüketimine karşılık 2009-2010 yılında 10,9 milyon metrik ton pamuk tüketimi son 3 yılda düşme eğilimi göstererek 2012-2013 yılı Nisan ayı verilerine göre 7.8 milyon metrik ton olarak gerçekleşmiş ve dünyada en fazla pamuk tüketimini yapmış olan ülke konumundadır. ABD’nin 2004-2005 yılları arasında 1.5 milyon metrik ton pamuk tüketimi, 2012-2013 yıllarında 0.7 milyon metrik ton seviyesinde gerçekleşerek tüketim azalması göstermiştir. Aynı yıllar itibariyle AB ülkelerinin pamuk tüketimi ise 0,8 milyon metrik tondan 0,2 milyon metrik tona düşmüştür. Türkiye ise, 2004 - 2005 yıllarında 1,5 milyon metrik ton pamuk tüketimine karşılık 2012-2013 Nisan ayında 1.3 milyon metrik ton pamuk tüketimi ile %13’lük bir azalış göstermiştir. 2013- 2014 döneminde pamuk tüketiminin 0.1 milyon metrik ton arttığı görülse de 2014-2015 beklentileri pamuk tüketiminin azalacağı yönündedir.

Tablo 9
Seçilmiş Ülkelerin Pamuk İthalatı (Milyon Ton)

ÜLKELER	2004/05	2005/06	2006/07	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
ÇHC	1.4	3.1	3.0	1.5	2.4	2.6	5.3	4.4	3.1
Türkiye	0.8	0.7	0.6	0.6	1.0	0.7	0.5	0.8	0.9
Endonezya	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.7	0.7
Meksika	0.4	0.3	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
Pakistan	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3	0.2	0.4	0.3
Tayland	0.5	0.5	0.4	0.3	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3
Bangladeş	0.4	0.4	0.5	0.8	0.8	0.8	0.7	0.8	0.9
Rusya	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2
Diğer	0.3	0.3	0.3	2.0	2.0	2.1	2.2	2.4	2.3
Dünya Toplamı	4.9	6.4	6.4	6.6	7.9	7.8	9.8	10.1	8.9

Kaynak: Cotton Incorporated, Monthly Economic Letter, October-2014, [http://www.cottoninc.com/corporate/Market-Data\(19.10.2014\);](http://www.cottoninc.com/corporate/Market-Data(19.10.2014);)
Fatih Öztürk, Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Türkiye'nin Rekabet Edilebilirliği ve Ülke Karşılaştırmaları, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE, 2007, s.33

Dünya pamuk ithalat rakamlarına bakıldığında 2004/05 döneminde 4.9 milyon ton 2013/14 döneminde %81'lik artışla 8.9 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. En fazla pamuk ithal eden ülkelere baktığımızda 2004-2005 yılları arasında 1.4 milyon ton pamuk ithal eden ÇHC, yıllar itibariyle dalgalı bir grafik izleyerek 2011-2012 yılında 5.3 milyon tona sıçramasına ve 2013 yılında 3.1 milyon ton seviyesine düşürmesine rağmen, 2004-2013 yılları arasında %121 artış ile dünyanın en fazla pamuk ithal eden ülkesi konumundadır. Aynı yıllar itibariyle Pakistan'ın ithalatı sabit kalmış; Meksika, Tayland, Rusya gibi ülkelerin pamuk ithalatları azalmıştır. Meksika 2004 yılında 0.4 milyon ton pamuk ithalat ederken 2013 yılı Nisan ayında %50'lik bir azalma göstererek 0.2 milyon ton pamuk ithal etmiştir. Rusya Federasyonu ise 2004 yılında 0.3 milyon ton pamuk ithal ederken 2013 yılında %33'lük bir azalma göstererek 0.2 ton pamuk ithal etmektedir. Tayland'da aynı şekilde bu dönemler arasında %40 ithalat azalışıyla 0.3 milyon ton pamuk ithal etmektedir. Bangladeş'te istikrarlı bir hacim artışı ile 2004 yılındaki 0.4 milyon tonluk ithalatını %125 artış ile 2013 yılında 0.9 milyon tona; Türkiye ise 2004-2005 yıllarında ithal ettiği 0.8 milyon ton pamuk ithalat hacmini 2013/14 döneminde %12 artış ile 0.9 milyon ton olarak gerçekleştirmiştir.

Pamuk fiyatlarında özellikle ilkbahar-yaz döneminde meydana gelen artışların yarattığı fiyat istikrarsızlığı, pamuğu hammadde olarak kullanan tekstil üreticilerinin maliyet tahminlerinde ve ürünlerini fiyatlandırmalarında bir dizi sorun yaratmakta ve bu durum ülkelerin pamuk ithalat ve ihracat oranlarında dalgalanmalar meydana getirmektedir.²⁹ Sonuç itibariyle pamuk üretiminde önemli bir artış yakalayamayan, kullanımında ise istikrarlı bir artış olan Türkiye'nin pamuk ithalatı giderek artmaktadır. 2000-2006 yılları ve 2006-2013 yıllarına bakıldığında dünya pamuk ithalat rakamlarında yarı yarıya artış olduğu görülmektedir. Türkiye'nin pamuk ithalatı ise bu yıllar arasında %35 oranında artmıştır.

²⁹ Saygılıoğlu, s.52

Tablo 10
Seçilmiş lkelerin Pamuk İhracatı (Bin Ton)

ÜLKELER	2009/10	2010/11	2011/12	2012/1	2013/14	2014/15 (*
ABD	2.621	3.130	2.526	2.836	2.293	2.177
Hindistan	1.420	1.085	2.159	1.685	2.014	1.207
Avustralya	46	545	1.010	1.305	1.037	560
Brezilya	43	435	1043	938	485	675
Özbekistan	82	600	550	653	650	605
Pakistan	15	110	250	9	8	3
Yunanistan	22	155	200	237	280	219
Burkina Faso	18	138	152	215	270	195
Türkmenistan	23	230	118	171	170	178
Türkiye	3	3	6	4	115	6
Diğeri	1.570	1.179	1.697	1.847	1.468	1.614
DÜNYA						
TOPLAM	8150	7.639	9.770	10.026	8.862	7.523

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, şubat 2015, s.9

*Tahmini verilerden oluşmaktadır.

Dünyanın en büyük pamuk ihracatçısı ülkelerini; yıllara göre değişmekle birlikte, ortalama olarak % 30-35'lik payla ilk sırayı ABD, % 19-20'lik payla Hindistan ve son yıllardaki üretim artışları ile dikkat çeken önemli ihracatçı ülkelerden Brezilya ve Avustralya oluşturmaktadır.

10 yıl öncesine kadar dünya pamuk üretim ve ticaretindeki yeri çok daha gerilerde olan Hindistan ve Avustralya, aktarma genli yani GDO'lu pamuk üretimine geçişle beraber 7 yılda pamuk ihracatını önemli oranda arttırmıştır.³⁰

Ortalama 7,7 milyon ton olan dünya ihracatı, 2011/12 sezonunda Çin'in tarihi ithalat miktarına paralel olarak 9,8 milyon ton seviyelerine çıkmıştır. İhracat, 2012/13 sezonunda 10 milyon tona çıkmış ancak 2013/14 sezonunda 8,8 milyon tona gerilemiştir. 2014/2015'te 7,5 milyon ton olacağı tahmin edilmektedir.

³⁰ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, şubat 2015, s.9

1.3.1. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti

Tüm dünyada Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü emek yoğun bir iş alanı niteliğindedir. Son yıllarda ortaya çıkan teknolojik yenilikler, tekstil sektörünün sermaye yoğun bir nitelik kazanması sonucunu doğurmuşsa da kumaşlardan biçim ve dikim ile ürün meydana getirme süreci olan konfeksiyon sektörü halen emek yoğun olma özelliğini sürdürmektedir.³¹

Dünyada sanayileşme eğilimi ile birlikte, başlangıçta hammaddeye dayalı üretim teknolojisi kullanan ve ucuz iş gücüne sahip olan ülkeler giderek teknoloji yoğun hale gelen tekstil ve konfeksiyon sektöründe önemli gelişmeler kaydetmiştir. Temel girdilere sahip olan ülkelerin maliyet avantajı sektördeki rekabet üstünlüğünü belirleyen ana faktörlerden olmuştur.³²

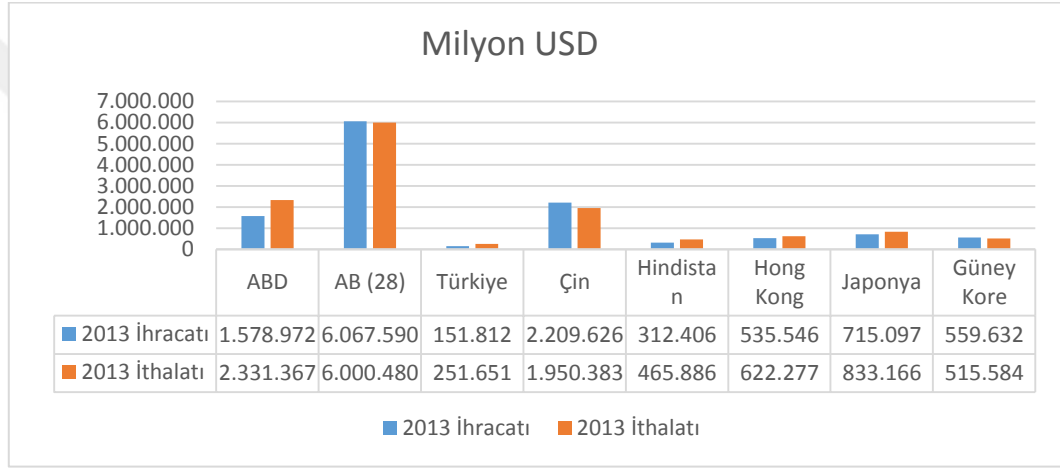
Dünya tekstil ve hazır giyim ticaretine etki eden en önemli olay, Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde DTÖ'ye 143. üye olarak girmesi olmuştur. Çin bu üyelikle, DTÖ'nün "Tekstil ve Konfeksiyon Antlaşması"na tabii olmuş ve 2005 yılından itibaren kotaların kaldırılmasıyla tekstil ve konfeksiyon ihracatını önemli oranda artırmıştır. Bununla birlikte, 1,3 milyarlık nüfusa sahip olan Çin aynı zamanda önemli bir pazar durumuna gelmiştir. 2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, dünya hazır giyim pazarında hem arz hem de talep yönünde şiddetli bir rekabet yaşanmaya başlamıştır. Kötüleşen ekonomik koşullar nedeniyle A.B.D, Almanya ve Japonya gibi büyük ülkelerde tüketicilerin satın alma kararlarında fiyatın önemi artmaya başlamıştır. Özellikle, tüketicilerin belirli bir kalitedeki ürünü daha düşük fiyatlardan talep etmesi, hazır giyim ürünleri üzerinde ciddi bir fiyat baskısı yaratmıştır. Diğer taraftan, perakende sektöründe faaliyet gösteren firmaların çeşitlenmesi, sayılarının artması ve faaliyetlerinin genişlemesi hazır giyim ürünlerindeki fiyat rekabetini şiddetlendirmiştir. Kotaların kalkmasıyla dünya tekstil ve hazır giyim pazarlarındaki koşullar değişmiş,

³¹ Öztürk, s.77.

³² Güler Aras, **Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği (Finansal Yaklaşım)**, 1.Basım, İstanbul: Om Yayınevi, 2006, s.1

firmaların 2005 öncesinde sahip oldukları tedarik imkanları büyük ölçüde sınırlanmıştır. Yeni dönemde ürün tedariki yanında hizmet sunumu da önem kazanmıştır.³³

Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi, sağladığı istihdam imkânı, üretim sürecinde yaratılan katma değer ve ihracat gelirleri içerisindeki yüksek payı nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır.³⁴ Gelişmiş ülkelerin 18. yy.da gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecine damgasını vuran tekstil ve hazır giyim sanayi, günümüzde de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarında benzer bir rol oynamaktadır.³⁵



Grafik 2: Büyük Ülkelerin ve AB'nin Uluslararası Ticaretteki Durumu (Milyon EUR)

Kaynak: <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDStatProgramHome.aspx?Language=E>, (13.10.2014)

Dünyada büyük ülkelerin uluslararası ticaretteki payı değerlendirildiğinde; AB ülkelerinin payı dikkat çekmektedir. İhracatta 2 Milyon USD hacme sahip Çin'den 3 kat fazla ihracat payına sahip AB ülkeleri 6 milyon USD ihracat hacminin yanı sıra, aynı düzeyde ithalata sahiptir. AB ülkelerini uluslararası ticarete sırasıyla; Çin, ABD ve Japonya takip etmektedir.

³³ Ekonomi Bakanlığı, **Hazır Giyim Sektörü**, Sektör Raporları, Ankara, 2014, s.7,8

³⁴ Türk Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Ankara, Ocak 2001, s.85

³⁵ Görgülü, s.3

Tablo 11
Dünya Tekstil İhracatında İlk 10 Ülke

	Dünya İhracatında Payı-2000 (%)	2005 (Milyar Dolar)	2011 (Milyar Dolar)	Dünya İhracatında Payı-2011 (%)	2012 (Milyar Dolar)	2013 (Milyar Dolar)	Dünya İhracatında Payı-2013 (%)
Avrupa Birliği (28)	36,6	69,3	77,0	26,1	69	72	23,6
Çin	10,4	84,1	94,0	32,2	95	107	34,8
A.B.D.	7,1	13,2	14,0	4,7	13	14	4,6
Güney Kore	8,2	10,9	12,0	4,2	12	12	3,9
Hindistan	3,6	13,8	15,0	5,1	15	19	6,2
Türkiye	2,4	10,2	11,0	3,7	11	12	4,0
Pakistan	2,9	8,7	9,0	3,1	9	9	3,1
Japonya	4,5	7,8	8,0	2,7	8	8	2,2
Endonezya	2,3	4,1	5,0	1,6	5	5	1,5
Tayland	1,3	3,8	4,0	1,4	4	4	1,3

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics, “Merchandise Trade”, http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its_e.htm (05.08. 2014)

Dünya tekstil ve hazır giyim ihracat verileri incelendiğinde; Avrupa Birliği’nin dünya tekstil ihracatında 2000 yılında %36,6 pay ile sürdürdüğü birinciliği, Çin’in %32,2 ile 2011 yılında aldığını görmekteyiz. 2013 yılında dünya tekstil ve hazır giyim ihracatı yaklaşık 766 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Çin en büyük üretici ve ihracatçı konumunu 2013 yılına gelindiğinde de devam ettirmektedir. Dünya hazır giyim ihracatın %39’una, dünya tekstil ihracatının ise %35’ine sahiptir.³⁶ Bu sektörlerde dünyanın ikinci büyük tedarikçisi AB ülkeleri ise üretimlerini Çin, Türkiye, Bangladeş, Hindistan gibi büyük üretici ülkelere yaptırarak aynı zamanda en büyük alıcı konumunu sürdürmektedir. Avrupa Birliğinin ülkeleri %26,1 ile dünyada Çin’den sonra ikinci ve ağırlıklı ihracat yapan konumundadırlar. Türkiye ise tekstil ihracat grafiğini istikrarlı bir biçimde arttırarak 2011 yılındaki 11 milyar USD ile %3,7’lik payını, 2013 yılında 12 Milyar USD ile %4’lük paya yükseltmiştir. Tabloda dikkat çeken diğer bir ülke olan Hindistan ise; gerek nüfus gerek işgücü ve gelişen ekonomisi ile yıllar itibariyle hacmini arttırmış ve 2013 yılında 19 Milyar USD ve %6,2’lik payını 2012 yılına göre %27 arttırmıştır.

³⁶World Trade Organization International Trade Statistics 2014, https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2014_e/its14_highlights2_e.pdf , s.58 (09.05.2015)

Tablo 12
Dünya Hazır Giyim İhracatında İlk 10 Ülke

	Dünya İhracatındaki Payı-2000 (%)	2005 (Milyar Dolar)	2011 (Milyar Dolar)	Dünya İhracatındaki Payı-2011 (%)	2012 (Milyar Dolar)	2013 (Milyar Dolar)	Dünya İhracatındaki Payı-2013 (%)
Çin	18,2	142,8	154,0	37,3	160	177	38,6
Avrupa Birliği (28)	28,4	105,8	116,0	28,2	109	118	25,6
Bangladeş	2,6	17,2	20,0	4,8	20	24	5,1
Türkiye	3,3	13,6	14,0	3,4	14	15	3,3
Hindistan	3,0	13,1	14,5	3,5	14	17	3,7
Vietnam	0,9	12,0	13,0	3,2	14	17	3,7
Endonezya	2,4	7,5	8,0	2,0	8	8	1,7
A.B.D.	4,4	5,9	5,2	1,3	6	6	1,3
Malezya	4,1	4,6	5,0	1,1	5	5	1,0
Meksika	4,4	4,3	4,7	1,1	4	5	1,0

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics, “Merchandise Trade”, http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its_e.htm (05.08. 2014); World Trade Organization, Aid for Trade and Value Chains in Textiles and Apparel. 2013. http://www.oecd.org/dac/aft/AidforTrade_SectorStudy_Textiles.pdf (10.05.2015), s.19

Hazır giyim üretimi ve ihracatı gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri açısından kilit konumda bulunmaktadır. Bangladeş, Çin, Hindistan ve Vietnam gibi ülkelerin ekonomilerinde hazır giyim ihracatının rolü oldukça yüksektir.³⁷ Tablo 12’ye göre; 2000 yılında Avrupa Birliği’nin %28,4’lük payı ile birinciliğine karşın Çin, %18,2 pay ile ikinci sırada yer alırken; 2011 yılında Çin 154 milyar USD tutarında %37,3’lük ağırlıklı payı ile dünya ihracatında birinci sıraya yükselmiştir. 2012 yılında 160 Milyar USD ve 2013 yılında da 177 Milyar USD ile bu üstünlüğünü sürdürmektedir. Avrupa Birliği ise 2011 yılındaki %28,2’lik paya sahip 116 milyar USD tutarındaki ihracatı ve 2013 yılındaki 118 milyar USD ile %25,6 payı ile ikinci sırada yer almıştır. Çin ve AB ülkelerinden sonra üçüncü sırada yer alan Hindistan; hem tekstil ihracatında hem de hazır giyim ihracatındaki payını arttırarak 2013 yılında 24 milyar USD tutarında hacim gerçekleştirmiştir. Türkiye ise, dünyadaki tekstil ihracat payını 2000 yılından 2013 yılına kadar korumakla birlikte hazır giyim ihracatını her yıl arttırarak ihracat hacmini 2013 yılında 15 milyar dolara ulaştırmıştır. Tüm ülkeler 2013 yılına kadar artış grafiğini

³⁷ ODİ, The role of textile and clothing industries in growth and development strategies, 7 May 2008 <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/3361.pdf>, (10.05.2016), s.9

aynı şekilde sürdürmüş, bu dönemde Vietnam, dünya genelindeki %3,7 payla sıralamadaki yerini yükseltmiştir.

Dünya hazır giyim ihracatının %80'i başta AB (28) ülkeleri ve ABD olmak üzere gelişmiş ülkelere yapılmıştır. Tekstilde ise büyük alıcılar aynı zamanda üretici ve tedarikçi konumundaki AB (28), Çin, ABD, Vietnam ve Türkiye'dir. Ticaret hacmi bakımından en yoğun tekstil ve hazır giyim ticareti Asya ülkelerinde gerçekleşmektedir. Bunun en büyük sebebi halen ucuz iş gücünün bu kıtada yer almasıdır.³⁸

1.4. Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

AB, tekstil ürünlerinin dünyadaki en büyük ihracatçısı ve hazır giyim ürünlerinin ikinci en büyük ihracatçısı konumunda olmasından dolayı dünyanın tekstil ve hazır giyim sektöründeki en büyük ticaret oyuncusudur.³⁹

Tekstil ve konfeksiyon üretimi öncelikle sanayileşmiş ülkelere başlamış, daha sonra emek-yoğun olması sebebiyle gelişmiş ülkelere, gelişmekte olan ülkelere doğru kaymıştır. Bunun en büyük nedeni ise ucuz iş gücüdür. AB endüstrisi dünya genelinde rekabetçi özelliklere sahip en kuvvetli bir güç konumundadır. İşgücü maliyetleri daha düşük seviyede olan Asya ülkelerine göre daha rekabetçi bir konumdadır. AB tekstil endüstrisi, yüksek verimlilik, moda, marka yaratma ve teknoloji bakımından az gelişmiş ülkelere göre daha avantajlı durumdadır.⁴⁰

1.4.1. Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Süreci ve Yapısı

1992 yılında tamamlanıp, Maastrich ile simgeleşen Tek Pazar programından sonra yeni bir kimliğe bürünen AB, 1991–1995 yılları arasında yıllık ortalama %1,5

³⁸ T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, "Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu", 2013/1, s.7

³⁹ Arı, s.14

⁴⁰ Özgür, s.26

oranında büyüyerek oldukça düşük bir büyüme performansı göstermiştir. Ancak 1996 tarihinden itibaren büyüme oranı ortalama %2,2'ye kadar çıkmıştır. Büyüme oranı AB-15 için 2000'de %3,6 iken, 2001'de %1,7'ye, 2002'de %1'e ve 2003'de ise %0,08'e kadar düşmüştür. AB-25'de ise, 2003'de %0,09 olarak gerçekleşirken, 2004'de %2,3'e yükselmiştir.⁴¹ AB'nin göstermiş olduğu bu büyüme performansı ABD'nin gerisinde kalmıştır. Tabloya göre ABD, 2000'de %3,7, 2001'de %0,8, 2002'de %1,9, 2003'de %3,0, 2004'de %4,4, 2005'de %3,4⁴², %3,1, 2006'da ise %3,2 olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 13
Yıllar İtibariyle AB ve ABD'nin Büyüme Oranları

	AB-15	AB-25	AB-28	ABD
2000	3,6	3,6	3,6	3,7
2001	1,7	1,7	1,7	0,8
2002	1	1,1	1,1	1,8
2003	0,8	0,9	0,9	2,5
2004		2,2	2,2	3,5
2005		1,7	1,7	3,4
2006			3,2	3,2
2007			3	2,7
2008			0,4	1,8
2009			-4,4	-2,8
2010			2	2,5
2011			1,5	1,8
2012			-0,7	2,8
2013			0,5	1,9

Kaynak: Güler Aras, Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği (Finansal Yaklaşım), 1.Basım, İstanbul: Om Yayınevi, 2006, s.7;

2003-2014 Büyüme Oranları. www.akifhamzacebi.org/teg/DunyaBuyumesi.pdf, (01.11.2014); GDP growth (annual %). <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries> (02.11.2014);

United States GDP Growth Rate. <http://www.tradingeconomics.com/united-states/gdp-growth> (02.11.2014)

Euro Bölgesinde 2008'de %0,4 olarak gerçekleşen büyüme oranı 2009 yılında % -4,4 oranında gerilemiştir. 2010 yılı beklentileri Yunanistan'da başlayan ve diğer

⁴¹ Aras, s.7

⁴² Arı, s.14

Avrupa Ülkelerini de tehdit eden ekonomik krizdeki derinleşme ile bozulmuştur. Avrupa Birliği (27 ülke bazında) büyüme oranları 2010 yılında %2,0; 2011 yılında ise %1,5 olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde bölge içi en düşük büyüme oranları %0-0,5 civarında Yunanistan, İsviçre ve Avusturya’da; en yüksek büyüme oranları %2-3 arasında Almanya, İngiltere ve Fransa’da oluşmuştur. 2013 yılında ise AB, ABD’nin büyüme oranının altında kalmış, ABD %1,9 büyürken, AB %0,5 oranında büyümüştür.

Tablo 14’de ise 2007–2013 yılları arasında AB’nin GSYH büyüme oranları gösterilmiştir. 2007 yılında %3,4 büyüme oranına sahip olan AB, 2008 yılında %0,6’lık büyüme oranı ile düşüş yaşarken, 2009 yılında bu düşüşün devam ettiği ve dip seviyelere ulaşarak büyüme oranının %-4,4 olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 14
AB GSYH Büyüme Oranları

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
AB-27	3,4	0,6	-4,4	2,0	1,7	-0,3	0,1

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, “Uluslararası Ekonomik Göstergeler”, 2013, <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Uluslar%20Aras%20Ekonomik%20Gstergeler> (16.10.2014)

2008 yılının son döneminde ortaya çıkan küresel ekonomik kriz, tüm dünya ekonomilerini finansal açıdan olumsuz yönde etkilemiştir. Ekonomik canlanma 2010 yılının ilk yarısında, küresel aktivitelerin hızlanması doğrultusunda dünya üretiminde %5,0’lık bir büyüme oranıyla kendisini göstermiştir.

2010 yılının önemli ekonomik gelişmelerinden birisi de AB ülkelerinden birisi olan Yunanistan’da ortaya çıkan ekonomik krizdir. 2008 küresel ekonomik krizinin ağır olumsuz etkileri henüz tam anlamıyla sonlanmamışken, Yunanistan’ın iç yönetimi tarafından kontrol edilmeksizin gerçekleştirilen harcamalar, ülke ekonomisini 1974’ten beri karşılaştığı en ciddi krize doğru sürüklemiştir. Yunanistan’ı etkileyen bu borç krizi, Euro Bölgesi’nde de ekonomik sorunlara yol açmıştır. Bu sorunlarla baş edebilmek üzere, AB’ye üye ülke liderlerince Avrupa Finansal İstikrar Fonu oluşturulmuş, Uluslararası Para Fonu (IMF)’nun da desteği alınarak 750 milyar Euro’luk mali destek sağlanmıştır. Yılın sonuna doğru ise borç krizi, İrlanda’ya sıçramıştır. İrlanda,

bankacılık sektöründe yüksek borç yapısına sahip olarak, likidite sorunu yaşamış, borçların ödenememe kaygısı nedeniyle tahvil faizleri de yükseliş göstermiştir. Bunun üzerine İrlanda, sıkı ekonomi politikaları uygulamış aynı zamanda AB ve IMF’den de finansal yardım talep edilerek, AB-IMF işbirliği ile İrlanda’ya 85 milyar Euro’luk yardım paketi ile destek verilmesi kararlaştırılmıştır. Özellikle Avrupa’nın bu iki ülkesinin finansal olumsuzluklar yaşaması kredi derecelendirme kuruluşlarını da hareketlendirmiş, ilgili ülkelerin kredi notlarında ciddi indirimlere gidilmiş, diğer ülkeler de inceleme kapsamına alınmıştır.⁴³

AB tekstil ve hazır giyim sektörü, son 10 yılda teknolojik değişime uyum, farklı üretim maliyetleri ile karşılaşma, uluslararası rekabetin getirdiği koşullarla başa çıkmak durumunda kalmış ve sürekli kendini geliştirmiştir. Özellikle 2005 yılında kotaların kalkmasının getireceği yeni bir rekabet ortamına kendini hazırlamış ve yenilemiştir. Bunun için sektörde, modernizasyon, teknolojik gelişim ve yeniden yapılandırma süreçleri devam etmektedir.⁴⁴ AB tekstil ve konfeksiyon sektörü yüksek katma değer yaratan, teknoloji yoğun, kaliteli ve markalı mamüllerin üretimine odaklanmıştır.⁴⁵

Tekstil üretimi öncelikle gelişmiş ülkelerde başlamış, daha sonra sektörün emek yoğun hale gelmesi ile ucuz işgücünün ve bol hammaddenin bulunduğu gelişmekte olan ülkelere yönelmiştir. AB endüstrisi, dünyada özellikle düşük işgücü maliyetine sahip olan çok sayıdaki gelişmekte olan ülkeden (özellikle Asya ülkeleri) daha rekabetçi özelliklere ve olanaklara sahiptir. Sektör, Avrupa ülkelerinin her birinde farklı büyüklüklerde olmakla birlikte, AB bütününde değerlendirildiğinde dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinde oldukça önemli bir yere sahiptir. AB tekstil pazarının bazı göstergelerine bakıldığında bu durum daha iyi anlaşılmaktadır. 2000 yılı itibariyle sektörün toplam satış hacmi 188.307 milyon Euro’dur. İhracatı 67.148 milyar Euro ile

⁴³ Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, **Ekonomik Rapor**, Ankara, 2010, s.10

⁴⁴ Aras, s.46

⁴⁵ Çin’in DTÖ’ye Katılımının AB ve ABD Pazarları ile Türkiye’ye Etkileri, http://www.ekodialog.com/makaleler/cin_dtoya_katilimi_abd_turkiye.html (31.05.2016)

toplam satışlarının %36'sını oluşturmaktadır. Sektörde yapılan yatırımlar 6.8 milyon Euro olup, toplam satışların %3,4'üne karşılık gelmektedir.⁴⁶

Tablo 15
AB'nin Satış Hacmi, Yatırımlar, Firma ve Çalışan Sayıları

AB'nin Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü Satış Hacmi, Yatırımlar, Firma ve Çalışan Sayıları				
Yıllar	Satış Hacmi (Milyar EUR)	Yatırımlar (Milyar EUR)	Firma Sayısı	Çalışan Sayısı
2003	187,1	5,5	106400	
2005	187,0	4,6	154817	2184149
2010	162,3	4,8	126954	1854000
2011	171,2	5,2	186865	1834000
2012	165,3	5,0	181423	1780000
2013	166,5	4,1	172662	1664000

Kaynak: The European Apparel and Textile Confederation.
<http://euratex.eu/library/statistics/key-data/> (06.04.2014);
Enterprise and Industry.
<http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (06.05.2014)

Tablo 15'de görüldüğü gibi, AB'nin tekstil ve konfeksiyon sektöründe 2003-2005 yıllarında istihdam, satış ve yatırım azalması yaşanmaktadır. Buna bağlı olarak dış ticaret dengesinin açığı eksi yönde büyümektedir. Bu durum temel sebebi; sektörün genelde KOBİ ölçekli firmalardan oluşması, firmada çalışan işçi sayısının 45-50 kişiyi geçmemesi buna bağlı olarak işçi maliyetlerinin artması ve sektörün canlılığını yitirmesi olarak açıklanmaktadır.⁴⁷

2000li yılların başında AB'de küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin bulunduğu tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firma sayısı 113.848 adettir. 2003 yılına gelindiğinde ise, sektöre önemli yansımaları olan global krizde etkisi ile bu göstergelerde belirgin bir gerileme gözlenmektedir.⁴⁸ Son 30 yıl içerisinde; 2005 yılına kadar AB tekstil ve konfeksiyon sektöründe çalışan sayısının büyük ölçüde

⁴⁶ Aras, s.10.

⁴⁷ Özgür, s.28.

⁴⁸ Aras, s.22

azaldığı ve üretiminde düştüğü görülmektedir. Teknolojinin gelişimi ve yapısal değişiklikler sayesinde, üretim verimliliği 4-5 katına çıkmıştır. Buna bağlı olarak işçi başına sağlanan katma değer de artış göstermiştir. AB tekstil ve konfeksiyon sektörü 2005 yılı itibariyle yaklaşık 2 milyon çalışan ve 200 milyar Euro'luk bir ciro sağlayan sektör haline gelmiştir.⁴⁹ Aynı dönemde, tekstil ve hazır giyim toplam imalat sanayi istihdamının %7'sini sağlamakta, AB genelinde imalat sanayinde katma değerinin %4'ünü oluşturmaktadır.⁵⁰ 2009 yılı verilerine göre, sektörde faaliyet gösteren ve büyük çoğunluğu KOBİ'lerden oluşan 128.000 firma, 2 milyonun üzerinde istihdam yaratırken, toplam 167 milyar Euro tutarında bir ciroya ulaşmıştır.⁵¹ Ülkeler açısından değerlendirildiğinde; AB'de, sektörde en güçlü konumdaki ülkeler olan İtalya, Fransa, İngiltere, Almanya ve İspanya, toplam tekstil ve hazır giyim üretiminin yaklaşık 3/4'ünü gerçekleştirmektedir. İtalya, Yunanistan, Portekiz, Fransa, İspanya gibi güney ülkeleri ile Romanya ve Polonya gibi bazı yeni üyeler, daha çok hazır giyim üretiminde faaliyet gösterirken, İngiltere, Belçika, Almanya, Hollanda, Avusturya ve İsveç gibi Kuzey ülkeleri ağırlıklı olarak tekstil sektöründe üretim yapmaktadır.⁵²

2005-2010 yılları arasında AB'nin tekstil ve konfeksiyon sektöründeki satış hacmi, istihdam, üretim ve kısmen yatırım azalması yaşanmaktadır. Buna bağlı olarak dış ticaret dengesinin açığı eksi yönde büyüyerek 2005 yılında 36,5 milyar euro dan 2010 yılında 50,7 milyar euro seviyesine gelmiştir. 2010 yılında sektör 4,8 milyar euro iş hacmi ile artış yakalamış, 2011 de yatırım hacmi 5,2 milyar euro ya çıkmıştır. En yüksek değere bu yılda ulaşan sektör, 2013 yılına kadar her yıl düşüş yaşamış, 1.664 bin çalışan sayısı 4,1 milyar euro yatırım hacmi kapasitesine sahip olmuştur.

Tablo 15'de; 2012 yılına gelindiğinde Euro bölgesinde yaşanan krizin etkilerinin sürdürdüğü, yatırım, iş hacmi ve firma ve çalışan sayılarının geçen yıla göre ortalama %3 oranında azaldığı görülmektedir. 2013 yılına gelindiğinde ise, iş hacmi 166,5 Milyar Euro ile artış gösterse de toplam çalışan sayısı ve firma sayısında azalma görülmektedir.

⁴⁹ Özgür, s.26.

⁵⁰ Nebioğlu, s.12

⁵¹ İstanbul Sanayi Odası, **Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi**, AB'ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri, 2010 http://www.aia-istanbul.org/files/tekstil_sanayii.pdf, (04.06.2015), s.10

⁵² İstanbul Sanayi Odası, **Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi**, AB'ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri, s.11

AB-28 genelinde yaşanan yüksek kamu borcu krizinin yanı sıra birçok üye ekonominin durgunluğa girmesi ve yaygın işsizlik problemi nedeniyle tüketimde ciddi düşüşler yaşandığından, diğer sektörler gibi tekstil ve hazır giyim sektörü ithalatlarında da ciddi düşüşler söz konusudur. Bu arada, AB'nin ithalatında bu dönemde yaşanan düşüşte ekonomik sorunlar kadar Euro para biriminin dolar ve diğer para birimleri karşısında değer yitirmesinin de payının olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.⁵³

AB'deki büyük perakendeciler, gelişmekte olan ülkelerde iki tip tedarikçinin oluşacağını görmüşlerdir. Bunlardan biri, merkezi Asya'da üretim birimleri ise dünyanın her yanında bulunan büyük ölçekli firmalardır. Bunlar ağırlıklı olarak tişört, kazak, pamuklu pantolon, iç çamaşırı ve dokuma gömlek gibi temel ürünleri, ölçek ekonomisinden faydalanarak düşük maliyetle ve yüksek miktarda üretmektedir. İkinci tip firma ise, yüksek derecede kaliteli ve esnek yapıda olup, alıcılara yakın yerlerde faaliyette bulunmakta ve tercihli piyasa giriş avantajlarından da faydalanmaktadır. Bu firmalar, küçük miktarda yüksek katma değerli ürünü kısa sürede sağlayabilmektedirler. Bununla beraber az gelişmiş ülkelerdeki ve küçük güçsüz ülkelerdeki çoğu firma bu iki kategoriye de girmemektedir.⁵⁴

1.4.2. Avrupa Birliği ve Uluslararası Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine İlişkin Düzenlemeler

Avrupa Birliği tekstil pazarı, öncelikle içinde bulunduğu dünya tekstil ve konfeksiyon pazarının çerçevesini çizen düzenlemelerin etkisi altında kalmaktadır. Bu nedenle bu düzenlemelerin açıklanması faydalı olacaktır. Uluslararası tekstil ve konfeksiyon ticareti 1947 yılından itibaren GATT, ardından bu düzenleme çerçevesinde entegrasyona yönelik olarak imzalanan anlaşmalar ve sonrada Dünya Ticaret Örgütü'nün düzenlemeleri ve diğer anlaşmalar tarafından yönlendirilmektedir.

⁵³ İTKİB; *Tekstil Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi*, İstanbul, 2012 Ocak-Eylül, s.5

⁵⁴ Özgür, s.27

1.4.2.1.Çok Elyaflılar Anlaşması

Dünya tekstil üretimi başta İngiltere olmak üzere önce sanayileşmiş ülkelerde başlamıştır. Hammaddenin bolluğu ve sektörün az sermaye gerektirmesi sebebiyle ucuz ve yeterli işgücüne sahip olan gelişmekte olan ülkeler, sanayileşme sürecinde ilk olarak tekstil ve konfeksiyon üretimine yönelmişlerdir. Gelişmekte olan ülkelerin çok düşük işgücü maliyetleri ile üretim yapmaları, gelişmiş ülkelerin üretimini olumsuz yönde etkilemiş ve serbest ticaret ortamında sektörde başarılı olma şanslarını azalmıştır. Bu gelişmeler ile sanayileşmiş Avrupa ekonomik Topluluğu ülkelerinin gelişmekte olan ülkeler kaynaklı ithalattan iç pazarlarını koruma girişimleri sonucunda dokuz gelişmiş ülke* ile birlikte içlerinde Türkiye'nin de yer aldığı gelişmekte olan ülkeler** arasında 1974 yılında Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA-Multi-Fibre-Arrangement) imzalanmıştır.⁵⁵ Bu anlaşmanın amacı, gelişmekte olan ülkelere gelişmekte olan ülkelere yapılan tekstil ve hazır giyim ticaretinin, ilgili ülkelerin karşılıklı anlaşmaları sonucu, gümrük vergileri ve kotalar aracılığı ile sürekli denetim altında tutulmasıdır.

Çok Elyaflılar Anlaşması çerçevesinde tekstil ve hazır giyime çeşitli kotalar uygulanmaktadır. Bu kotalar çeşitli ürünlere olduğu gibi çeşitli bölge ve ülkelere yönelik de uygulanmaktadır. Fakat bu kotalar da bir esneklikte mevcuttur. Kotalar, genellikle ülkeler arası ilişkilerle ve karşılıklı ticaret performansına dayanarak belirlenmektedir.⁵⁶

Çok Elyaflılar Anlaşması çerçevesindeki kısıtlama, başlangıçta dört yıl için planlanmıştır. Gelişmiş ülkelerin isteği üzerine, 1986 yılına kadar 1978 ve 1982 yıllarında iki kez uzatılmıştır. Dünya ticaretinin daha çok serbestleşmesi amacıyla, GATT çerçevesinde sürdürülen Uruguay Roundu olarak adlandırılan görüşmeler sonucunda Çok Elyaflılar Anlaşması IV 1993 yılı sonuna kadar uzatılmıştır.⁵⁷ Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA), her ne kadar tekstil ve hazır giyim sektöründe gümrük

* ABD, Avusturya, İsveç, Kanada, Finlandiya, Japonya, Norveç ve İsveç, AB(AB ülkeleri tek bir ülke gibi sayılmaktadır.)

** Arjantin, Bulgaristan, Slovakya, Macaristan, Makao, Maldivler, Nepal, Peru, Romanya, Sri Lanka, Uruguay, Bangladeş, Çin, Mısır, Hindistan, Malezya, Mauritius, Kuzey Kore, Filipinler, Singapur, Tayland, Vietnam, Brezilya, Çek Devleti, Hong Kong, Endonezya, Malta, Meksika, Pakistan, Polonya, Güney Kore ve Türkiye

⁵⁵ Aras, s.44.

⁵⁶ Arı, s.8.

⁵⁷ Aras, s.44.

vergilerinin azalmasına, miktar kısıtlamalarının göreceli olarak kaldırılmasına, uluslararası ticarete hakim durumda olan ülkelere getirilen miktar kısıtlamaları ile pazara yeni girecek ülkelerin işlerinin kolaylaşmasına imkan sağlayarak dünya tekstil ve hazır iyeim ticaretinin liberalleşmesine katkı sağlamışsa da, genel olarak bakıldığında üretimlerini son 20 yılda önemli oranda arttırmayı başarmış gelişmekte olan ülkelerin dünya tekstil ve hazır giyim ticaretinden aldıkları payı sınırlayan bir düzenleme olmuştur.⁵⁸

1.4.2.2. Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünü Etkileyen Diğer Anlaşmalar

Tekstil ve konfeksiyon ticaretinin GATT'a entegrasyonuna yönelik kurallar Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşması'nda (ATC) yer almaktadır. Diğer taraftan, tekstil ve konfeksiyon ticaretini ATC dışında doğrudan etkileyen başka anlaşmalar bulunmaktadır.⁵⁹ Bunlar;

- Ticarete Teknik Engeller Anlaşması
- Menşe Kuralları Anlaşması
- Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler Anlaşması
- GATT 94'ün VI. Maddesinin Uygulanmasına Dair Anlaşma (Anti Damping Önlemleri Prosedürü)
- Ticaret Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması

1.4.2.2.1. Ticarete Teknik Engeller Anlaşması

Anlaşmanın temel amacı, ulusal düzeydeki teknik mevzuatların ticarete engel teşkil edecek şekilde formüle edilmesini önlemektir. Ulusal amaçlara varılması için,

⁵⁸ Funda Koçyiğit, "Türk Hazırgiyim Sektöründe Kotaların Kalkmasıyla Görülen Markalaşma Durumu", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Gazi Üniversitesi EBE, 2008, s.16

⁵⁹ Aras, s.46

uluslararası standartların kullanımının yetersiz olması veya konuyla ilgili uluslararası standartların mevcut olmaması halinde, ülkeler kendi ulusal standartlarını geliştirmekte serbesttirler. Anlaşma, teknik yönetmelikler ve standartlar hazırlanırken veya kurallara uygunluk tespit edilirken, yerli ve yabancı ürünlerin aynı muameleye tabi olmalarını öngörmektedir. TBT Anlaşması ile üye ülkeler arasında teknik mevzuat konusunda bilgi akışının sağlanması için bir bildirim sisteminin, karşılıklı olarak danışmaların yapılabilmesi amacıyla da bir komitenin (Ticarette Teknik Engeller Komitesi) oluşturulması öngörülmüştür.⁶⁰

Bildirim sistemi, üye ülkelerin uluslararası standartlardan sapan ve ticareti engelleyecek nitelikteki teknik mevzuatının taslak halindeyken, diğer üye ülkelere yorum yapabilecekleri kadar bir süre tanınarak, DTÖ Sekretaryasına ve talep edilmesi halinde bu talebi gerçekleştiren diğer üye ülkelere bildirilmesini öngörmektedir. Bu sistem ile uygulamalarda şeffaflığın sağlanması, uluslararası standartlardan sapan uygulamalardan kaynaklanan teknik engellerin azaltılması hedeflenmektedir. Üye ülkeler, zorunlu teknik düzenlemeler yanında, uygulaması isteğe bağlı olan teknik düzenleme yapma hakkına sahip kılınmışlardır.⁶¹

1.4.2.2.2. Menşe Kuralları Anlaşması

Menşe kuralları bir ürünün nerede yapıldığını ortaya koymak amacıyla kullanılan kurallardır. Söz konusu kurallar, ihracatçı ülkeler arasında ayırım yapan kotalar, tercihli rejimler gibi çeşitli uygulamalar nedeniyle önem taşımaktadırlar. Anılan anlaşma, öncelikle DTÖ üyelerinin menşe kurallarının şeffaf olmasını, bunların uluslararası ticaret üzerinde kısıtlayıcı, bozucu, saptırıcı etkilerde bulunmamasını, bir örnek, tarafsız ve makul uygulanmasını ve pozitif standartlara dayanmasını amaçlamaktadır.

⁶⁰ <http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm> (10.07.2010)

⁶¹ Aras, s.47

Menş e Anlaşması geçiş dönemi hükümleri ve geçiş dönemi sonrası hükümleri olmak üzere iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Geçiş döneminde üye ülkelerin göz önünde bulunduracağı temel ilkeler ş unlardır;

- Uygulamakta oldukları menş e kriterleri sisteminin ayrıntılı bir şekilde açıklanmış ve tanımlanmış olması gerekmektedir.
- Menş e kuralları uluslararası ticarete kısıtlayıcı bir rol niteliğinde olmamalıdır.
- Menş e kuralları doğrudan veya dolaylı olarak ticaret hedeflerini izlemede araç olarak kullanılmaması gerekmektedir.
- Yerli mallara uygulanan menş e kurallarının ithal mallara uygulananlarla aynı olması gerekmektedir.

1.4.2.2.3. Sübvansiyonlar ve T ela fi Edici Tedbirler Anlaşması

Sübvansiyon anlaşması devlet tarafından firmalara sağlanan finansal avantajlarla ilgilidir. Anlaşmada sübvansiyonun varlığından söz edilebilmesi için; finansal bir avantaj sağlanması, bir kamu kuruluş u tarafından gerçekleştirilmesi ve ticari bir menfaatin söz konusu olması gerekmektedir.⁶²

Sübvansiyonlar üç kategoriye ayrılmıştır.⁶³

1. Yasaklanan Sübvansiyonlar:

- a) İhracat performansı şartına bağlı olanlar,
- b) İthal yerine yerli mal kullanım şartına bağlı olanlar.

⁶² Aras, s.48

⁶³ Orta Anadolu S üs Bitkileri ve Mam ülleri İhracatçıları Birli ğ i, *Dış Ticaretle İlgili Uluslararası Anlaşmalar Hangileridir? D ünyadaki Ekonomik ve Siyasal Entegrasyonlarda T ürkiye'nin Yeri*, <http://www.susbitkileri.org.tr/tr/dis-ticaretle-ilgili-uluslararasi-anlasmalar-hangileridir> (28.08.2015)

Yasaklanmış sübvansiyonlarla ilgili uyuşmazlıklar, yeni uyuşmazlıkların çözümü yöntemlerine tabidir. Sübvansiyonun yasak olduğu tespit edilirse hemen durdurulması istenmekte, belirli bir süre içinde sübvansiyon uygulamasına son verilmediği takdirde ise şikâyetçi taraf telafi edici önlem alabilmektedir.

2. Karşı Tedbir Alınabilen Sübvansiyonlar:

Anlaşma, bu grup altında herhangi bir taraf ülkenin öteki taraf ülkelerin çıkarlarına sübvansiyonlar yoluyla zarar vermesini önlemeyi amaçlar. Herhangi bir ürün için uygulanan sübvansiyon oranının mal değerinin % 5'ini geçtiği durumlarda veya bir sanayi dalının uğradığı işletme zararlarını karşılayacak sübvansiyon verildiğinde ciddi zararın mevcut olduğu kabul edilmektedir. Böyle durumlarda, söz konusu sübvansiyonun şikâyetçi ülkenin yerli sanayiine zarar vermediğinin kanıtlanması yükümlülüğü sübvansiyonu uygulayan ülkeye düşmektedir.

3. Karşı Tedbir Alınmasını Gerektirmeyen Sübvansiyonlar:

Sübvansiyonlar Anlaşmasının 2.maddesi çerçevesinde spesifik olmayan sübvansiyonlar ile bu madde çerçevesinde spesifik olup, ancak, araştırma-geliştirme, geri kalmış bölgelerin desteklenmesi ve çevre koruma amaçlı sübvansiyonlar karşı tedbir alınamayan sübvansiyonlar olarak kabul edilmektedir. Bu tür sübvansiyonların, Anlaşmanın ilgili maddesi uyarınca geçici olarak uygulanması öngörülmüş ve uygulamanın sürdürülmesine yönelik bir karar alınamadığı için karşı tedbir alınmasını gerektirmeyen sübvansiyonlar ortadan kalkmıştır.

Telafi Edici Tedbirler Anlaşması, sübvansiyonun sona ermesi veya yeniden başvurulması ihtimali olmaması durumlarında, telafi edici vergi uygulamasının normal olarak yürürlüğe girdikten itibaren beş yıl içinde sona erdirilmesini hükme bağlamaktadır.⁶⁴ En az gelişmiş ülkeler ile kişi başına yıllık geliri 1000 ABD Dolarının altında olan gelişme yolundaki ülkeler (GYÜ) için ihracat sübvansiyonları yasağı bulunmamaktadır. Bu ülkelerin ayrıca, diğer sübvansiyon uygulamalarından da belirli bir zaman muaf olmalarına olanak tanınmıştır. Diğer gelişme yolundaki ülkeler için

⁶⁴ <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/> (08.04.2015)

ihracat sübvansiyonları yasağı DTÖ Kuruluş Anlaşmasının yürürlüğe girmesinden itibaren sekiz yıl süre ile geçerli olacaktır. Bu sürenin uzatılabilmesine ilişkin prosedür ise Doha Bakanlar Konferansı sırasında alınan bir karar ile belirlenmiştir.

1.4.2.2.4. Anti-Damping Önlemleri Prosedürü

GATT 94'ün VI. Maddesinin uygulanmasına dair söz konusu anlaşma, bir malın normal değerinin altında ihraç edilmesi nedeniyle oluşan zararın tanımlanması ve zararın telafisi ile ilgili prosedürü kapsamaktadır.⁶⁵ Bir malın fiyatının normalden düşük veya diğer bir ifade ile dampingli olması iki kritere bağlanmıştır.

1. Malın ihraç fiyatının iç piyasa satış fiyatından düşük olması (%5 marjla),
2. Malın ihraç fiyatının üretim maliyetinden daha düşük olması.

Diğer taraftan anlaşmada, dampingli mal ihracatına karşı önlem alınabilmesi için, yöneldiği ülkede maddi bir zarara yol açması ve bu zararlarla dampingli ihracat arasında sebep-sonuç ilişkisinin bulunması gerektiği yer almaktadır.⁶⁶ Maddi zarar olarak tanımlanan unsurlar da anlaşmada belirtilmiştir.

1.4.2.2.5. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması

Fikri mülkiyet haklarını korumaya yönelik normların önemli ölçüde değişiklik gösterdiği ve uluslararası ticarete sahte mallara uygulanabilir prensip ve kurallar konusunda çok taraflı bir çerçevenin bulunmamasının uluslararası ekonomik ilişkilerde giderek artan bir gerginliğe yol açtığı görüşüne dayanılarak, Uruguay Round müzakerelerinde Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları konusunda da bir anlaşma imzalanmıştır.

⁶⁵ Türkiye'nin Dampingli veya Sübvansiyonlu İthalata Karşı Önlemleri, <http://www.esrcr.com/article/2515/turkiye%E2%80%99nin-dampingli-veya-subvansiyonlu-ithalata-karsi-onlemleri>, s.1 (25.12.2015)

⁶⁶ Anti- Damping Uygulamaları, İthalatçı ve İhracatçılar için El Kitabı <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-126278>, s.7 (25.12.2015)

Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları (TRIPS) Anlaşması, fikri ve sınai mülkiyet haklarına yönelik uluslararası karışıklığın önlenmesi amacıyla minimum standartlar adapte edilmesini öngören ve bunlara ilişkin standart tanımlar getiren bir anlaşmadır. Ayrıca anlaşmada, uluslararası taklit mal ticaretinin önlenmesi için söz konusu hakların tescili belli bir prosedüre bağlanmakta ve tescilden sonra hakların korunmasına yönelik zamanlar belirtilmektedir.⁶⁷

Anlaşma'ya göre Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları 7 kategoride ele alınmıştır. Bunlar;

1. Telif hakkı ve ilgili haklar
2. Markalar
3. Coğrafi işaretler
4. Sınai tasarımlar
5. Patentler
6. Entegre devrelerin tasarımları
7. Açıklanmamış bilgilerin korunmasıdır.

1.4.2. Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Dış Ticaret Yapısı

AB ülkeleri, Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde hem üretim yapmakta, hem de ihracat ve ithalat kapasitesiyle dünyada pazarını yönlendiren en büyük taraf olmayı sürdürmektedir. Dünya tekstil ve hazır giyim ticaretini yönlendiren AB ülkeleri, bu sanayilerde üretimden vazgeçmemiş, aksine moda, marka, tasarım ve teknolojinin önemli merkezlerinden biri olmuşlardır.⁶⁸ Bu nedenle bu sektörler AB için halen önem

⁶⁷ Aras, s.49

⁶⁸ TC Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Tekstil Deri Hazır Giyim Çalışma Grubu Raporu 2023, Ankara 2014, s.87

arz etmektedir. AB önemine istinaden, imalat sanayinde yaratılan katma değerin yüzde 3'nü oluşturan bu sektörlerde gelecekte de faaliyetlerini sürdürmeyi hedeflemektedir.⁶⁹

Tablo 16
Avrupa Birliği'nin İhracat Yaptığı Belli Başlı Ülkeler (2003-2006 Dönemi)

Ülke	2003			2004			2005			2006		
	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay
AB-Dışı	977.896			973.502			1.070.980			1.180.199		
ABD	220.718	1	22,57	233.959	1	24,03	251.523	1	23,49	267.922	1	22,70
İsviçre	68.513	2	7,01	74.981	2	7,70	81.944	2	7,65	86.488	2	7,33
Rusya	33.141	5	3,39	45.659	4	4,69	56.543	3	5,28	71.892	3	6,09
Çin	40.192	3	4,11	48.045	3	4,94	51.841	4	4,84	63.272	4	5,36
Japonya	40.089	4	4,10	43.070	5	4,42	43.646	5	4,08	44.610	6	3,78
Norveç	25.872	7	2,65	30.659	7	3,15	33.759	7	3,15	38.061	7	3,22
Romanya	12.784	19	1,31	18.003	13	1,85	21.842	10	2,04	27.274	8	2,31
Kanada	20.997	9	2,15	21.919	9	2,25	23.676	9	2,21	26.485	9	2,24
B.A.E.	15.699	13	1,61	18.624	12	1,91	25.312	8	2,36	24.679	10	2,09
Türkiye	28.184	6	2,88	38.003	6	3,90	41.862	6	3,91	46.420	5	3,93

Kaynak: www.eurostat.ec.europa.eu (01.07.2014)

Tablo 16'da görüldüğü gibi 2003 ve 2006 yılları arasında AB ihracatında en büyük paya sahip ülke ABD'dir. 2003 yılında %22,57, 2004 yılında %24,3, 2005 yılında %23,49, 2006 yılında %22,70 lik paylar ile bu dönemde 1.sıradaki yerini korumuştur. ABD yi 2004 yılında artan, 2005 ve 2006 yıllarında azalan paylara sahip olan İsviçre takip etmiştir. Dikkati çeken diğer bir husus, bu dönemler arasında 2003 yılında %1,31 lik paya sahip olan Romanya'nın bu payın 2006 yılında %2,31 yükselerek AB'nin ihracatında en fazla gelişme kaydeden ülke olmasıdır. Türkiye ise 2003 yılına oranla AB ihracatında büyük gelişme göstermiş, 2005 ve 2006 yıllarında bu gelişim küçük oranlarda artarak sürekliliğini sağlamıştır.

⁶⁹ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, 2014, www.iso.org.tr (22 Temmuz 2015), s.25

Tablo 17
Avrupa Birliği'nin İhracat Yaptığı Belli Başlı Ülkeler (2010-2013 Dönemi)

Ülke	2010			2011			2012			2013		
	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay
AB-Dışı	979.143			1.687.732			1.350.228			1.359.407		
Çin	82.000	2	8,37	292.235	1	17,31	173.533	2	12,8	177.632	2	13
ABD	203.298	1	20,76	184.323	3	10,92	284.483	1	21	278.234	1	20
Rusya	65.874	4	6,72	199.287	2	11,8	120.595	4	8,9	115.633	4	8,5
Norveç	61.245	5	6,25	62.514	5	3,7	48.610	7	3,6	48.475	7	3,5
Japonya	81.134	3	8,28	67.479	4	4	54.402	6	4	52.163	7	3,8
İsviçre	52.645	6	5,37	53.721	6	3,18	130.327	3	9,6	163.704	3	12
G.Kore	23.265	7	2,37	36.115	9	2,14	36.915	9	2,7	38.583	8	2,8
Brezilya	19.602	10	2	37.855	8	2,24	38.773	8	2,8	38.665	9	2,8
Tayvan	20.726	9	2,11	22.596	10	1,33	20.305	10	1,5	15.939	10	1,1
Türkiye	22.085	8	2,25	47.596	7	2,82	73.143	5	5,4	75.044	5	5,5

Kaynak: Cihat Erse İsbasar, *Short Term Industrial Business Statistics in Turkey*, Eurostat Statics, 55/2008, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (14.02.2014); www.eurostat.ec.europa.eu(01.07.2014); www.wto.org/statistics (17.08.2015);

AB'nin 2010 ve 2011 yıllarında ihracat yaptığı ülkelere bakıldığında ABD'nin 2010 yılında 203,2 milyar euro ile 1.sırada olan konumuna, 2011 yılında 292,2 milyar euro'luk %17,3 pay ile Çin yerleşmiştir. Bu yıllar arasında en dikkat çekici artış ise Rusya'da olmuştur. 2010 yılında 65,8 milyar euro ile 4. sırada yer alıyorken, 2011 yılında yaklaşık %300 artış kaydederek 199,2 milyar euro ile 2. sıraya yükselmiştir. 2013 ve 2014 yıllarında ise ihracat payı azalarak tekrar 4.sıraya gerilemiştir. 2012 yılını 284,4 milyar euroluk ihracat hacmiyle ABD 1.sırada kapatmış, 2013 yılında da 278,2 milyar euroluk ihracat hacmi ile yerini korumuştur.

Tablo 18
Avrupa Birliği İthalatında Belli Başlı Ülkeler (2003-2006 Dönemi)

Ülke	2003			2004			2005			2006		
	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay
AB-Dışı	989546			1.034,656			1.179,811			1352033		
Çin	95549	2	9,66	126787	2	12,25	157984	2	13,39	191505	1	14,16
ABD	151217	1	15,28	157487	1	15,22	162800	1	13,80	176249	2	13,04
Rusya	51893	4	5,24	80492	3	7,78	109023	3	9,24	136932	3	10,13
Norveç	56109	5	5,67	61426	5	5,94	67045	5	5,68	79025	4	5,84
Japonya	66817	3	6,75	73651	4	7,12	73319	4	6,21	76000	5	5,62
İsviçre	48818	6	4,93	55979	6	5,41	66365	6	5,63	70875	6	5,24
G.Kore	23283	8	2,35	30228	8	2,92	33367	8	2,83	38087	8	2,82
Brezilya	17904	10	1,81	21098	10	2,04	23362	10	1,98	26223	9	1,94
Tayvan	20309	9	2,05	23619	9	2,28	23819	9	2,02	26155	10	1,93
Türkiye	23981	7	2,42	30944	7	2,99	33491	7	2,84	38514	7	2,85

Kaynak: www.eurostat.ec.europa.eu (01.07.2014)

Tabloya 18'e genel olarak bakıldığında, 2003 ve 2006 yılları arasında AB ithalatında mevcut ülkelerin payları ve sıralamaları fazla bir değişiklik göstermemiştir. ABD ortalama %15'lik pay ile AB'nin 1. ithalat partneri konumunda iken, dünya genelinde uygulanan kotaların kalkmasından sonra 2006 yılında 191.505 milyon euroluk ithalat hacmine sahip Çin'in gerisinde kalmıştır. Çin'in 2003 yılında 95.549 milyon Euro ile 2. Sırada yer aldığı, 2005 yılına kadar bu sırasını koruduğu, 2005 yılında kotaların kalkması ile birlikte, 2006 yılında 191.505 milyon Euro luk ihracat hacmi ile AB ithalatında ilk sıraya yerleşmiştir. Rusya ise 2003 yılından sonra hamini arttırarak 2006 yılında %10 ile 3. sırada yer almış, Japonya ise 2003 yılında %6,7 pay ile 3. sırada olan hacmini 2006 yılında %5,6'lık pay ile 5. sıraya gerilemiştir. AB'nin en çok ithalat yaptığı ülkeler değerlendirildiğinde; 2006 yılında AB ithalatının %14'ü Çin'e, %13'ü ise ABD'ye aittir. Türkiye açısından tablo incelendiğinde ise; 2004 yılında AB ithalatında payı 2,42 den 2,99 seviyesine ulaşmış, 2005'de 2,84 seviyesine düşmüş, 2006 da ise küçük bir artış ile 2,85 oranına ulaşarak 7.sıraya sahip ülke olarak kalmıştır.

2010 ve 2011 yılları incelendiğinde de Çin'in AB ithalatındaki ağırlıklı hacmini %27 ile devam ettirdiği, ABD, Rusya ve İsviçre'nin sırasıyla %18, %14 ve %9

pay ile hacimlerini aynı şekilde devam ettirdikleri ve sıralamada yer aldıkları görülmektedir. Türkiye ise hacmini %5 oranında arttırarak 2011 yılında 42.931 milyon euro seviyesine yükseltmiştir. 2012 yılında 47.419 milyon Euro, 2013 yılında ise 48.651 milyon Euro ile 2011 yılındaki sırasını 8’den 7’ye yükseltmiştir.

Tablo 19
Avrupa Birliği İthalatında Belli Başlı Ülkeler (2010-2013 Dönemi)

	2010			2011			2012			2013		
Ülke	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay	(Milyon €)	Sıra	Pay
AB-Dış	966.066			992.515			1.503.904			1.398.874		
Çin	267.918	1	27,73	271.458	1	27,35	295.121	1	19,6	270.370	1	19,3
ABD	181.481	2	18,78	184.591	2	18,59	201.428	3	13,3	189.277	3	13,5
Rusya	138.589	3	14,34	140.057	3	14,11	210.020	2	13,9	199.365	2	14,2
Norveç	80.096	5	8,29	83.451	5	8,4	98.552	5	6,5	86.938	5	6,2
Japonya	65.705	6	6,8	66.491	6	6,69	63.220	6	4,2	54.558	6	3,9
İsviçre	93.001	4	9,62	95.287	4	9,6	103.176	4	6,8	91.017	4	6,5
G.Kore	40.390	7	4,18	45.417	7	4,57	37.197	8	2,4	34.596	8	2,4
Brezilya	32.568	9	3,37	34.921	9	3,51	36.583	9	2,4	31.921	9	2,2
Tayvan	26.573	10	2,75	27.911	10	2,81	22.048	10	1,4	21.352	10	1,5
Türkiye	39.745	8	4,11	42.931	8	4,32	47.419	7	3,1	48.651	7	3,4

Kaynak: www.eurostat.ec.europa.eu (01.07.2014); www.wto.org/statistics (17.08.2015)

Avrupa Birliği’nin tekstil ve hazır giyim dış ticareti artan bir tablo çizmektedir. Avrupa Birliği’nde tekstil ithalat ve ihracat rakamları birbirine yakınken, hazır giyim ithalat rakamları, hazır giyim ihracat rakamlarının çok üzerinde seyretmektedir.

1 Ocak 2005’te kotaların kalkmasıyla Çin’den yapılan ithalat yüksek oranda artış göstermiştir. Bu nedenle, ülkemizin de üyesi bulunduğu Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Organizasyonu’nun talepleri üzerine 10 Haziran 2005’te Çin ile AB komisyonu arasında Çin’in AB’ye yönelik tekstil ve konfeksiyon ihracatındaki artışın 2008 yılına kadar belli bir seviyede tutulmasını öngören bir anlaşma imzalanmıştır. Bu anlaşma, aşağıda belirtilen 10 ürün kategorisini kapsamaktadır.

- Pamuktan kumaşlar,
- Örme gömlek, t-shirt, fanila atlet, kaşkorse vb.,

- Örne anorak, rüzgarlık, kazak, süveter, hırka, yelek vb.,
- Dokuma kısa pantolon, şort ve pantolon,
- Bayan örme/dokuma bluz, gömlek,
- Yatak çarşafı ve yastık kılıfları,
- Elbiseler,
- Sütyenler (Dokunmuş veya örme),
- Masa örtüleri,
- Keten ve Romi İplikleri ⁷⁰

Tablo 20
Avrupa Birliği Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticareti

Milyon Euro	Tekstil										
Yıllar	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
İthalat	17.610	18.074	19.867	20.855	20.390	17.232	21.662	24.751	22.825	24.516	26.379
İhracat	18.537	18.482	19.218	19.380	17.053	14.670	16.636	18.008	18.666	20.700	21.168
Dış Ticaret Dengesi	927	408	-649	-1.475	-3.337	-2.562	-5.026	-6.743	-4.160	-3.816	-5.211
Hazır Giyim											
Yıllar	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
İthalat	45.052	49.305	55.491	58.079	57.313	55.728	60.586	65.994	62.795	67.164	73.092
İhracat	13.368	14.112	15.362	16.625	16.723	14.045	14.910	17.873	19.590	20.881	21.866
Dış Ticaret Dengesi	-31.684	-35.193	-40.129	-41.454	-40.590	-41.863	-45.676	-48.121	-43.205	-46.283	-51.226

Kaynak: Enterprise and Industry , <http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (12.05.2014) ; The European Apparel and Textile Confederation, <http://euratex.eu/library/statistics/key-data/> (09.10.2014); Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek/2015, s.4

⁷⁰ Çalışkan, s.3

Tekstil sektöründeki ithalatını 2004 yılından 2012 yılına kadar %29 oranında arttıran AB, ihracatını %0,6 oranında arttırmış ve 2012 yılında 4.160 milyon euro dış ticaret açığı meydana gelmiştir. Hazır giyim de ise, ithalat büyük bir gelişme yaşamıştır, hazır giyim ithalatının, ihracatından daha yüksek oranda artması dış ticaret dengesindeki açığına artmasına neden olmuştur.⁷¹ Hazır giyim ithalatı, ihracatın ortalama 3 katı fazla olmakla birlikte 2012 yılında 2004'e göre %39 artan ithalat ve %46 oranında artan ihracatla dış ticaret dengesi 43.205 milyon euro açıkla tamamlanmıştır.

Tablo 20'de görüldüğü gibi AB'de en son 2008 yılında gerçekleşen küresel krizin etkisiyle tekstil sektöründe 20.390 milyon Euro'luk ithalat gerçekleştirirken, ihracat rakamı 17.053 milyon Euro'da kalmıştır. Bu da 2007 yılında tekstil dış ticaret dengesinin giderek artarak 3.337 milyon euro dış ticaret açığı ile kapatmıştır. Hazır giyim sektöründe ise; 2008 yılında 57.313 milyon euro ithalat ile dış ticaret dengesi 40.590 milyon euro açık vermiştir. 2008 yılındaki kriz 2009 yılında kendisini göstererek tekstil ithalatında %15, ihracatta ise %13 düşüş kaydetmiş; hazır giyimde ise ithalat %2, ihracat ise %16 düşmüştür.

2013 yılı sonu itibariyle ortaya çıkan verilerde ise, tekstil ithalatı 24,5 milyar Euro ve ihracatı ise 20,7 Milyar Euro gerçekleşme ile dış ticaret dengesi 3,8 Milyar Euro dış ticaret açığı vermektedir. Hazır giyimde ise, 67 Milyar Euro ithalat ve 20,8 Milyar Euro olan ihracat ile 46,1 Milyar Euro tutarında dış ticaret açığı oluşmuştur. 2014 yılında da dış ticaret açığı her iki sektörde de büyüyerek tekstil de 5,2 milyar Euro, hazır giyimde 51,2 milyar Euro olmuştur.

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün emek yoğun bir sektör olması, AB'nin gelişmekte olan ülkeler ile maliyetler açısından rekabet edemediği Tablo 17 ile desteklenmektedir. Böylelikle AB'deki iş gücü maliyetlerinin yüksek olmasının, AB'nin tekstil ve hazır giyimde ithalata yönelmesine sebep olduğu görülmüştür.⁷²

AB'nin 3. Ülkelerle olan toplam tekstil ve hazır giyim ithalat rakamları; 2014'ün ilk üç ayında 24.824 milyon Euro, 2015 yılının ilk üç ayında ise 27.944 milyon Euro'dur. İhracat ise 2014'ün ilk 3 ayında 10.636 milyon Euro, 2015'in ilk 3 ayında

⁷¹ EURATEX General Assembly. The EU-25 Textile&Clothing Industry in the Year 2006, 01.06.2007, s.8

⁷² Özgür, s.31

10.965 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. İhracattaki artışın ithalattaki artıştan az olmasından dış ticaret açığı 12.480 milyon Euro'dan 14.751 milyon Euro'ya çıkmıştır.

Tablo 21
AB(28)'in 3.Ülkelerle olan Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı ve İthalatı

000 Euro	İthalat			İhracat			Ticaret Dengesi		
	3ay2014	3ay2015	% 15/14	3ay2014	3ay2015	% 15/14	3ay2014	3ay2015	% 15/14
Toplam	24.824.689	27.944.227	12,6%	10.636.471	10.965.063	3,1%	-14.188.218	-16.979.164	19,7%
Tekstil*	6.668.836	7.377.110	10,6%	4.961.049	5.149.192	3,8%	-1.707.787	-2.227.918	30,5%
Hazır Giyim**	18.155.853	20.567.117	13,3%	5.675.422	5.815.871	2,5%	-12.480.431	-14.751.246	18,2%

Kaynak: Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek, Ankara, 2015, s.1

*GTİP 50-60+63'den oluşmaktadır.

**GTİP 61+62'den oluşmaktadır.

2015 yılının ilk çeyreğinde ise üretim, ciro, istihdam ve beklentiler göz önüne alındığında AB tekstil ve hazır giyim sektörü yeterli bir iyileşme göstermemiştir. Ancak %10'lar civarında sürekli artan ithalat rakamları ve genelde negatif ya da stabil görünümlü üretim rakamları dikkate alındığında AB, dünyanın en önemli pazarı olma özelliğini korumaktadır.⁷³

2014 yılının ilk çeyreğinde AB'nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ilk üç ticari ortaklarının, İthalatta; Çin, Bangladeş ve Türkiye, ihracatta ise; ABD, Rusya ve İsviçre olduğu Tablo 22'de görülmektedir. Bu sıralama 2015 yılının ilk üç aylık döneminde de aynen devam etmektedir.

⁷³ Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek, Ankara, 2015, s.1

Tablo 22
AB(28)'in Tekstil ve Hazır Giyimde Önde Gelen Ticari Ortakları

ithalat	3 ay 2014		3 ay 2015		Degisim 15/14 %		
	000EUR	Miktar (T)	000EUR	Miktar (T)	EUR	Miktar	fiatlar
AB disi ticaret	24.824.689	2.887.595	27.944.227	2.873.047	12,6%	-0,5%	13,1%
Cin	8.734.904	965.375	10.300.864	999.598	17,9%	3,5%	13,9%
Banglades	2.986.129	280.169	3.617.592	281.907	21,1%	0,6%	20,4%
Türkiye	3.554.161	378.666	3.497.024	372.646	-1,6%	-1,6%	0,0%
Hindistan	1.995.157	294.164	2.172.764	270.235	8,9%	-8,1%	18,5%
Pakistan	972.018	163.241	1.150.231	164.227	18,3%	0,6%	17,6%
İhracat	3 ay 2014		3 ay 2015		Degisim 15/14 %		
	000EUR	Miktar (T)	000EUR	Miktar (T)	EUR	Miktar	Fiatlar
AB disi ticaret	10.636.471	1.159.510	10.965.063	1.210.744	3,1%	4,4%	-1,3%
ABD	1.142.055	88.616	1.358.925	96.790	19,0%	9,2%	8,9%
İsviçre	1.280.178	54.335	1.292.808	52.111	1,0%	-4,1%	5,3%
Rusya	1.127.219	56.475	784.384	41.286	-30,4%	-26,9%	-4,8%
Cin	658.479	105.144	744.049	111.543	13,0%	6,1%	6,5%
Türkiye	621.864	115.902	644.374	132.341	3,6%	14,2%	-9,3%

Kaynak: Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek, Ankara, 2015, s.1

Tablo 23’de AB’nin tekstil ihracatının bölgelere göre dağılımı gösterilmiştir. Avrupa 2000-2013 yılları arasında AB ihracatının büyük bölümünü kapsamaktadır. AB ihracatı 2000 yılında %77,3, 2006 yılında %75,2, 2013 yılında %72 oranlar ile diğer bölgelerinin tamamının yaklaşık üç katına yakın bir değere sahiptir. AB, 2000 yılında ihracatının %5,8 lik kısmını Asya Bölgesine yapmış, bu bölgeye yaptığı ihracat 2006 yılında artarak %6,3 seviyesine yükselmiştir. 2013 yılında ise Ortadoğu ve Bağımsız Devletler Topluluğu’ndan daha fazla ihracatı bu bölgeye yapmıştır. AB ihracatında en küçük paya sahip bölge ise 2000 yılında %1.0, 2006 yılında %0.7, 2013 yılında %1.1 payı ile Güney ve Orta Amerika Bölgesidir.

Tablo 23
AB'nin Tekstil İhracatının Bölgesel Dağılımı

Milyar USD / %	Bölgelerin İhracat Paylaşımı					
Yıllar	2000	2006	2010	2011	2012	2013
Dünya	100	100	100	100	100	100
Avrupa	77,3	75,2	85	88	71,5	72
Asya	5,8	6,3	4	3	6,7	7
Kuzey Amerika	6,3	5,8	2	1,6	4,9	4,6
Afrika	5,4	5,3	3	2,4	6,6	7
Bağımsız Devletler Topluluğu	1,8	3,9	2,2	2	5,5	6
Orta Doğu	1,9	2	0,7	0,4	2,9	3,4
Güney ve Orta Amerika	1	0,7	2,1	0,3	1,3	1,1

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2013, "Merchandise Trade", http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2012_e/its12_merch_trade_product_e.pdf (01.05.2015)

2010, 2011 ve 2012 yıllarına göre AB ülkelerinin bu payı azalarak toplam hacim 2013 yılında %72'lik paya ulaşmıştır. AB'nin 2013 yılında dünya genelinde gerçekleşen 86 milyar USD'lık tekstil ihracat hacminin 72 milyar USD'lık kısmı, yine AB ülkelerine ihraç edilmiştir.

Dünya toplam tekstil ürünleri arzı 2004 yılından itibaren sürekli bir artış göstererek 2008 yılında 20.390 milyon Euro gerçekleşmiştir. AB'nin tekstil sektörünün en önemli üç tedarikçisi vardır. Tabloda görüldüğü gibi bunlar sırası ile Çin, Türkiye ve Hindistan'dır. Bu üç ülkenin özellikle 2005 yılı sonrası rekabetleri artmıştır. Çin yıllar itibariyle artışta olan hacmini özellikle 2011 yılında 7.591 milyon Euro seviyesine çıkartmış ve 2004 ile 2012 yılları arasında %127,8 oranında bir artış ile Dünya piyasasındaki hacmini %32,5 seviyesine çıkarmıştır. Türkiye, 2004 yılından bu yana süren artış grafiğini 2008 yılı krizi sonrası 2009 yılında 2.943 milyon Euro seviyesine kadar düşürmüştü ancak 2012 yılında dünya piyasasındaki %16,3'lük hacmi ile 3.720 milyon Euro gerçekleştirerek AB'nin 2.tedarikçisi konumuna gelmiştir. Çin ve Türkiye birlikte 2012 yılında genel ithalatın yaklaşık %49'unu karşılamaktadır. Burada

Türkiye'nin en büyük avantajı AB ülkelerine coğrafi bakımdan yakınlığı iken, Çin'in en büyük avantajı ise düşük maliyetleridir.⁷⁴

Tablo 24
Avrupa Birliği'nin İlk 10 Tekstil Tedarikçisi (Milyon Euro)

Hata! Bağlantı geçersiz.

Yıllar/Ülkeler	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 %Pay	2004/2013 %Değişim
Dünya	17.610	18.074	19.867	20.855	20.390	17.232	21.662	24.751	22.825	24.516	100%	39,20%
Çin	3.254	4.081	4.885	5.429	5.725	5.102	5.674	7.591	7.412	7.729	31,50%	137,50%
Türkiye	3.161	3.328	3.677	3.815	3.477	2.943	3.404	3.943	3.720	4.221	17,20%	33,50%
Hindistan	1.971	2.028	2.210	2.389	2.193	1.843	2.272	2.668	2.222	2.355	9,60%	19,50%
Pakistan	1.411	1.246	1.394	1.543	1.489	1.372	1.611	1.948	1.546	1.749	7,10%	24,00%
İsviçre	1.012	935	942	980	854	694	790	801	750	1.025	4,20%	1,30%
ABD	880	894	986	956	910	768	963	1.002	964	986	4,00%	12,00%
Güney Kore	856	803	736	799	667	558	720	864	924	971	4,00%	13,40%
Japonya	561	522	549	568	548	397	519	614	586	625	2,50%	11,40%
Endonezya	424	387	438	459	308	269	386	470	427	448	1,80%	5,70%
Tayvan	442	487	522	411	407	352	423	435	413	441	1,80%	-0,20%

Kaynak: Eurostat, 2013 Enterprise and Industry

<http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (01.07.2014, 18.08.2015)

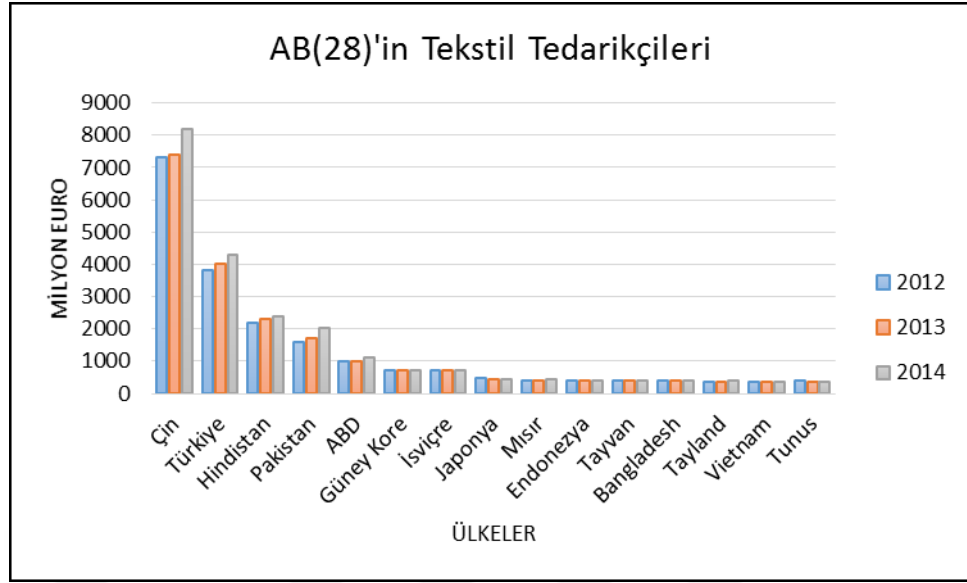
2013 yılsonu itibariyle ise; Çin 7.729 Milyon Euro ile üstünlüğünü sürdürmekte olup, Türkiye 4.221 Milyon Euro ile 2. sırada yer almakta ve bu ülkeleri aynı şekilde 2.355 Milyon Euro ile Hindistan, 1.749 Milyon Euro ile Pakistan ve 1.025 Milyon Euro ile İsviçre sırasıyla izlemektedir.⁷⁵

Türkiye AB'nin tekstilde 2.büyük, hazır giyimde 3. büyük tedarikçisidir. Ülkemiz yıllık bazda AB'ye ihracatını her iki sektörde de arttırmaktadır. Fakat tekstil sektöründe Pakistan, hazır giyim sektöründe ise Bangladeş, Hindistan ve Vietnam yüksek ihracat oranları, ayrıcalıklı ticaret politikaları ve potansiyelleri ile önemli bir risk oluşturmaktadırlar.⁷⁶ 2014 ve 2015 yıllarının ilk üç aylık dönemlerine bakıldığında, ihracatta ABD, ithalatta ise Çin'in ilk sıralardaki yerlerini koruduğu görülmektedir.

⁷⁴ Özgür, s.29

⁷⁵ The European Apparel and Textile Confederation, <http://euratex.eu/library/statistics/> (09.10.2014)

⁷⁶ Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek, s.1



Şekil 1: AB(28)'in Tekstil Tedarikçileri

Kaynak: Eurostat, 2014 Enterprise and Industry

<http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (17.08.2015)

2014 yılında 2013 yılının aksine AB'nin, AB ülkeleri dışından yaptığı tekstil ürünleri ithalatı %8,7 oranında artmıştır. Yukarıda yer alan Şekil 1'de görüldüğü üzere Çin (%12,1), Türkiye (%7,4), Hindistan (%5,1), Pakistan(%18,6) 2012-2014 yılları arasında AB'ye ihracatını her yıl arttırmıştır. Pakistan'daki artışın büyüklüğü ise dikkat çekici seviyededir.⁷⁷

AB hazır giyim tedarikçilerine baktığımızda en büyük payın Çin'e, ardından Türkiye'ye ait olduğunu görüyoruz. 2004 yılından 2012 yılına gelindiğinde Çin'in AB'nin hazır giyim tedarikindeki payı %132 oranında artmıştır. Türkiye Çin'den sonra AB'ye en büyük hammadde ve materyal sağlayan ülke konumundadır. Çin ve Türkiye birlikte 2012 yılında tekstil hammaddelerinin %56'sını sağlamaktadır. %13 payla Bangladeş, %6,2 payla Hindistan, %3,1'lik paylara sahip Tunus ve Fas en büyük tedarikçiler arasında yer almaktadır. 2013 yılında ise; sıralama aynı şekilde devam etmekte olup Çin'in hacmi 26.661 Milyon Euro, Bangladeş'in hacmi 9.794 Milyon

⁷⁷Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek, s.3

Euro, Türkiye'nin hacmi 8.764 Milyon Euro, Hindistan'ın hacmi 4.150 Milyon Euro ve Fas'ın hacmi ise 2.097 Milyon Euro ile ortalamada artış eğilimi sürdürülmektedir.⁷⁸

Tablo 25
AB'nin İlk 10 Hazır Giyim Tedarikçisi (Milyon Euro)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 %Pay	2004/2013 %Değişim
Dünya	45.052	49.305	55.491	58.079	57.313	55.728	60.586	65.994	62.795	67.165	100%	49,1%
Çin	11.534	16.961	18.883	21.878	25.095	25.398	28.089	29.574	26.786	26.661	39,7%	131,2%
Türkiye	7.747	8.098	8.238	8.937	7.857	7.009	7.850	8.291	8.236	8.764	13,0%	13,1%
Bangladeş	3.721	3.538	4.615	4.385	4.718	5.136	5.843	7.581	8.197	9.794	14,6%	163,2%
Hindistan	2.480	3.239	3.811	3.841	3.852	4.075	4.174	4.584	3.912	4.150	6,2%	67,3%
Tunus	2.603	2.463	2.468	2.567	2.434	2.144	2.197	2.227	1.935	2.096	3,1%	-19,5%
Fas	2.428	2.264	2.368	2.530	2.195	1.930	2.028	2.041	1.909	2.097	3,1%	-13,6%
HongKong	1.965	1.705	2.511	1.683	1.526	1.497	1.582	1.679	1.841	1.894	2,8%	-3,6%
Endonezya	1.338	1.200	1.414	1.202	1.068	1.044	1.008	1.185	1.139	1.207	1,8%	-9,8%
Vietnam	635	690	1.024	1.122	1.166	1.129	1.263	1.574	1.609	1.672	2,5%	163,3%
Sri Lanka	814	797	969	1.041	1.074	952	983	1.095	1.142	1.165	1,7%	43,1%

Kaynak: Eurostat, 2013 Enterprise and Industry

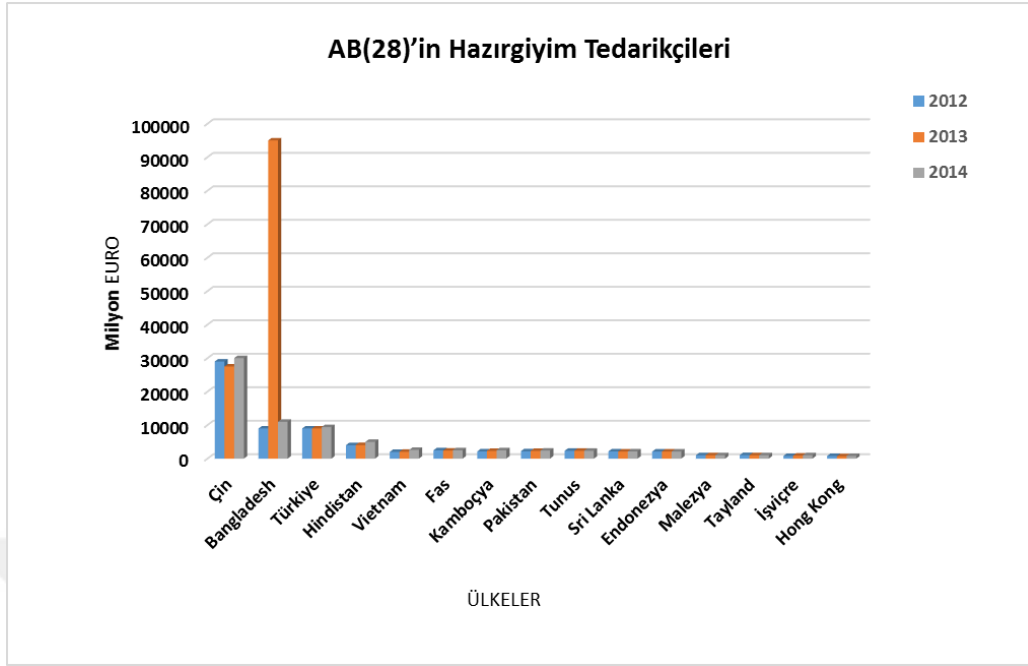
<http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (01.07.2014, 18.08.2015) ; Ulf

Johansson, Them main Features of the EU Manufacturing Industry, Eurostat, 2008

2012 yılından sonra Bangladeş düzenli olarak AB'ye yapmış olduğu hazır giyim ihracatını %12,7 oranında artırmıştır. Türkiye %4,8, Hindistan ise %11,4 oranında artı sağlamıştır. 2012 yılında Türkiye AB'nin 2. büyük hazır giyim tedarikçisi iken 2014 yılında yerini Bangladeş'e vererek 3. Sıraya gerilemiştir. Değer bazında en yüksek artış ile Vietnam (%22,7), Kamboçya (%26,3) ve Pakistan'da (%26,8) gözlemlenmiştir.⁷⁹ 2014 yılında AB'nin hazır giyim tedarikçilerinde ilk beş ülke sıralamasını; Çin, Bangladeş, Türkiye, Hindistan ve Vietnam almaktadır.

⁷⁸ The European Apparel and Textile Confederation, <http://euratex.eu/library/statistics/> (09.10.2014)

⁷⁹ Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek/2015, s.3



Şekil 2: AB(28)'in Hazır giyim Tedarikçileri

Kaynak: Eurostat, 2014 Enterprise and Industry

<http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (18.08.2015)

Dünyada tekstil sektörü 2004 yılından 2007 yılına kadar artmış, 2007 yılından sonra krizin etkisiyle tekstil sektörü daralmıştır. Bu daralma 2009 yılına kadar devam ederek 14.970 milyon Euroya kadar gerilemiştir. 2009 dan sonra düzenli bir artışa geçerek 2012 de 18.666 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. 2004 den 2012 ye kadar sektördeki genişleme %0,7 olarak gerçekleştirmiştir. AB'nin pazarında ilk sırayı giderek azalan bir grafik çizmesine rağmen ABD almaktadır. 2004 den 2012 ye kadar ABD AB'nin pazar payında %28'e yakın bir gerileme yaşamıştır. Türkiye ise istikrarlı bir şekilde AB'nin ikinci pazarı olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 25'de görülen diğer dikkat çekici bir husus Çin'in özellikle 2010 sonrasında AB pazarında yükselişe geçmiş olması ve 3. sıraya yerleşmesidir.

AB tekstil pazarının ilk on sıralamasına bakıldığında ilk üçte; ABD, Türkiye ve 2009 yılından sonra artan ivmesiyle Çin yer almaktadır ve 2004 yılından bu yana %177 artış göstererek 2012 yılında 1.497 milyon Euro seviyesinde gerçekleşmiştir. Türkiye 2004 ve 2012 yılları arasında genel itibariyle düşüş göstermekle birlikte Dünya

pazarında AB'nin %9,1'lik pazarını kaplamaktadır. 2013 yılında ise sıralama aynı şekilde devam etmekte olup, ABD 2.132 Milyon Euro ile ilk sırada, 1.878 Milyon Euro ile Türkiye, 1.687 Milyon Euro ile Çin ve 1.346 Milyon Euro ile İsviçre'nin sıralamada üstünlükleri aynı şekilde devam etmektedir.⁸⁰

Tablo 26
AB'nin Tekstil Sektörünün İlk 10 Pazarı (Milyon Euro)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 %Pay	2004/2013 %Değişim
Dünya	18.537	18.482	19.218	19.380	17.053	14.970	16.836	18.078	18.666	20.701	100%	11,7%
ABD	2.740	2.687	2.668	2.497	1.919	1.436	1.729	1.815	1.979	2.132	10,3%	-22,2%
Türkiye	1.714	1.547	1.549	1.610	1.474	1.373	1.606	1.617	1.700	1.878	9,1%	9,6%
Çin	539	628	707	785	841	856	1.126	1.439	1.497	1.687	8,1%	213,0%
Tunus	1.443	1.327	1.352	1.441	1.335	1.188	1.222	1.213	1.075	1.126	5,4%	-22,0%
Fas	1.294	1.232	1.278	1.325	1.141	941	1.057	1.113	1.094	1.240	6,0%	-4,2%
İsviçre	1.114	1.010	1.197	1.199	1.188	1.065	1.175	1.317	1.266	1.346	6,5%	20,8%
Macaristan	816	1.003	1.086	1.116	1.056	940	982	1.027	1.058	1.085	5,2%	33,0%
HongKong	943	937	959	899	708	518	604	640	628	647	3,1%	-31,4%
Ukrayna	581	608	632	620	462	454	472	489	483	517	2,5%	-11,0%

Kaynak: Eurostat, 2013 Enterprise and Industry
<http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (18.08.2015)

Hazır giyim sektörü pazarının dünyadaki toplam hacmi 2012 yılında 19.590 milyon euro'dur. AB'nin hazır giyim pazarında İsviçre, Rusya ve ABD ilk üçte yer almaktadır. Türkiye, AB'nin tekstil ürünlerini pazarladığı ülkeler arasında 2012 yılında 744 milyon euro'luk pazar payı ile 7. sırada yer almaktadır. Buna göre Türkiye 2012 yılında 8.236 milyon euro hazır giyim ürünü satarken, 744 milyon Euro tutarında hazır giyim ürünü almıştır. 2013 yılında ise 8764 milyon Euro hazır giyim tedarikinde bulunmuş, 771 milyon Euro hazır giyim ürünü ithal etmiştir. 2004 yılından 2013 yılına gelindiğinde %145 artış ile Rusya ve %171 artış ile Hong Kong dikkat çekecek şekilde ivmesini arttırmıştır.

⁸⁰ The European Apparel and Textile Confederation, <http://euratex.eu/library/statistics/> (09.10.2014)

Tablo 27
AB'nin Hazır Giyim Pazarında İlk 10 Ülke (Milyon Euro)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 %Pay	2004/2013 %Değişim
Dünya	13.368	14.112	15.362	16.625	16.723	14.045	14.910	17.873	19.590	20.881	100%	56,2%
İsviçre	2.499	2.579	2.690	2.830	2.879	2.688	2.833	3.236	3.232	3.273	15,7%	31,0%
Rusya	1.297	1.677	2.214	2.779	3.072	2.168	2.203	2.682	3.002	3.177	15,2%	144,9%
ABD	2.192	2.110	2.056	2.002	1.769	1.296	1.502	1.789	2.182	2.278	10,9%	3,9%
HongKong	500	559	619	731	1.050	932	977	1.095	1.286	1.355	6,5%	171,0%
Japonya	1.249	1.251	1.226	1.136	772	615	842	1.146	1.220	1.311	6,3%	5,0%
Türkiye	323	330	407	465	236	278	360	562	744	771	3,7%	138,7%
Norveç	659	688	674	711	547	640	613	755	721	764	3,7%	15,9%
Ukrayna	252	303	405	527	563	365	393	448	499	532	2,5%	111,1%
Birleşik Arap Emirlikleri	294	272	354	442	478	392	339	427	498	561	2,7%	90,8%
Güney Kore	268	301	345	375	410	396	429	435	461	473	2,3%	76,5%

Kaynak: Eurostat, 2013 Enterprise and Industry
<http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (01.07.2014, 18.08.2015)

2013 yılsonu itibariyle AB'nin pazar payının ağırlığını oluşturan ülkelerde herhangi bir değişiklik olmamış üstelik hacimlerini de arttırmışlardır. Buna göre İsviçre 3.273 Milyon Euro ile pazarda ilk sırada yer almakta olup bu ülkeyi sırasıyla 3.177 Milyon Euro ile Rusya, 2.278 Milyon Euro ile ABD, 1.355 Milyon Euro ile Hong Kong ve 1.311 Milyon Euro ile Japonya takip etmektedir.⁸¹

1.5. ABD Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Dünyanın en büyük ekonomisi ve aynı zamanda dünyanın en büyük pazarı olan ABD'nin, ihracat ve ithalat hacmi diğer ülkelere kıyasla daha fazla olmasına rağmen, GSYİH içindeki payı karşılaştırmalı olarak daha azdır. 3,9 trilyon doları bulan dış ticaret hacmi ile bütün ülkeler için önemli bir dış ticaret ortağı konumundadır. İthalat hacmi düşünüldüğünde uluslararası pazarlar arasındaki konumu ve tedarikçi

⁸¹ The European Apparel and Textile Confederation, <http://euratex.eu/library/statistics/> (09.10.2014)

lkeler açısından önemi daha da anlaşılmaktadır.⁸²

1.5.1. ABD Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Süreci ve Yapısı

2007 yılının son çeyreğinde başlayıp, özellikle 2008 yılı son çeyrek döneminde derinleşerek reel ekonomiye de sıçrayan küresel kriz ABD için de zor bir dönem olmuştur. ABD mortgage piyasasında ödeme glerinin üzerinde borçlanan düşük gelirli tüketicilerin kredi ödemelerinde yaşanan sorunlar nedeniyle yatırım bankaları ve mortgage finansman şirketleri düzeyinde başlayan finansal kriz, kısa sürede ABD geneline yayılarak genel bir likidite ve güven krizine dönüşmüştür. ABD ekonomisinin 2008 yılı 3.çeyrek dönemde %0,5 küçülmesi, finansal krizin artık tartışılmaz bir biçimde reel ekonomik krize dnştgn göstermektedir. Küresel ekonomik krizin çıkış kaynağı olan ABD ekonomisinin, 2009 yılının ilk çeyreğinde %5,5 daraldığı açıklanmıştır. Ancak sonrasında tekrar toparlanan ABD ekonomisi dünyanın en önemli ekonomilerinden olmaya devam etmektedir. Dünya Bankası tahminlerine göre ABD ekonomisi 2009 yılında %3 küçülürken, 2010 yılında ise %1,8 büyüme gösterecektir. OECD verilerine göre ise ABD ekonomisi 2009 yılında %2,8 küçülürken, 2010 yılında %0,9 büyüme gerçekleştirecektir.⁸³ Tahminler doğru sonuçlar ortaya koymuş; küresel ekonomik krizin etkisini yitirmesiyle 2009’u takip eden yıllarda ABD’nin dış ticareti tekrar eski seviyesini yakalamış ve geçmiştir.⁸⁴

2008 yılı verilerine göre; tekstil sektöründe 290.804, hazır giyim sektöründe ise 130.340 kişi istihdam edilmektedir.⁸⁵ ABD hazır giyim tüketiminin büyük ölçüde ithal ürünlerden oluşmasına rağmen ABD hazır giyim sektörü halen ülkenin kayda değer sektörlerinden biri olup, 2,9 milyon Amerikalının ABD hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe çalıştığı görülmektedir. Uluslararası piyasalarda kuvvetli dolar ve yüksek

⁸² İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat şubesi, **Hazır Giyim-Konfeksiyon Sektörleri Açısından ABD**, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, Eylül 2013, s.2

⁸³ İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat şubesi, **Dünyanın En Büyük Pazarı ABD**, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, Ağustos 2009, s.6

⁸⁴ http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulke_raporu_ocak_2015.pdf

(21 Ağustos 2015)

⁸⁵ International Labour Organization, **Sectoral Activities Department, Wages and Working Hours in the Textiles, Clothing, Leather and Footwear Industries, GDFTCLI 2014**,

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_300463.pdf, (21.08.2015), s.9

oranlı büyüme, ABD'nin dünyadan ithalatının %25 oranında artmasına imkan sağlamıştır. Bu şekilde yüksek bir ithalat artışı ile ABD, önemli ihracat pazarları arasında olan Asya ülkelerinde çöküntü yaşayan bir dönemde, dünya ihracatına önemli bir katkı yapmıştır.⁸⁶

Dünyanın en büyük pazarı olan ABD, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe de tüketilen ürünlerin büyük bölümünü ithal etmekte olup, bu açıdan da dünyanın en önemli pazarlarının başında gelmektedir. 2013 yılında 240-260 milyar dolar aralığında öngörülen ABD hazır giyim ve konfeksiyon pazarının, yıllık ortalama %2 büyüme oranıyla 2025 yılında 290-310 milyar dolara yükselmesi öngörülmektedir.

ABD'de satılan hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerinin %97-98'inin ithal ürünlerden oluştuğu, bu ürünlerin yarıya yakınının Çin Halk Cumhuriyeti'nde üretildiği kaydedilmektedir.⁸⁷ ABD, tekstil ve konfeksiyon sektörlerinde güçlü bir yerel sanayiye sahip olmasına karşın, bu ürünlerde önemli ölçüde ithalat da yapmaktadır. Dolayısıyla, dünyanın en büyük ithalatçı ülkesi olan ABD ile yapılan tercihli anlaşmalar, ABD'nin özellikle tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde gümrük vergilerinin nispeten yüksek olması nedeniyle, bu pazarda önemli bir avantaja dönüşmektedir.⁸⁸

⁸⁶ Hasan Parıltı ve Berna Türkant, "Türkiye Tekstil Sektörünün 1999 Yılı İhracat Performansının Değerlendirilmesi", İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Nisan 2000, s.5

⁸⁷ İTKİB, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD**, Ocak 2015, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulke_raporu_ocak_2015.pdf (21.Ağustos.2015), s.15

⁸⁸ İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Hazır Giyim-Konfeksiyon Sektörleri Açısından ABD, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler**, s.8

Tablo 28
ABD'nin Temel Göstergeleri

Başkenti	Washington D.C.
Yüzölçümü	9.826.630 km ²
Nüfusu	319 milyon (2014)
Para Birimi	ABD Doları (\$)
GSYH	17,0 trilyon (\$) (2014)
Kişi Başına Düşen Milli Gelir	53 bin \$ (2014)
İşsizlik Oranı	% 5,6 (2014)
İşgücü Sayısı	158 milyon (2013)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım %1
	Sanayi %20
	Hizmet %79
İhracat	1,58 trilyon \$ (2013)
Başlıca Pazarları	Kanada, Meksika, Japonya, Çin, İngiltere
İthalat	2,33 trilyon \$ (2013)
Başlıca Tedarikçileri	Çin, Kanada, Meksika, Japonya, Almanya

Kaynak: İTKİB, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD**, İstanbul, Ocak 2015, s.4

1.5.2. ABD Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticaret Yapısı

İthalat ve ihracat büyüklüğü açısından dünya ticaretinde ilk sırada yer alan ABD, bu özelliği ile bir dış ticaret devidir. 2012 yılı itibarıyla 1,55 trilyon dolarlık ihracatı ve 2,33 trilyon dolarlık ithalatı bulunmaktadır. Yurtiçi tüketimindeki ithal mallara kayış trendi sebebiyle, dış ticaret açığı diğer ticaret ortaklarına göre daha hızlı büyümektedir. Dünya hizmet ticaretinde lider konuma sahip olan ABD'nin dış ticaret açığı özellikle mal ticaretindeki açıktan kaynaklanmaktadır.⁸⁹

ABD ihracatçıları için en büyük pazar ve ithalatçıları için tedarik merkezi olarak en önemli ülkelerden biri Kanada'dır. Amerika Serbest Ticaret Antlaşması (NAFTA) Ocak 1994'te yürürlüğe girmiştir. NAFTA ile birlikte Meksika, ABD'nin dış ticaret ortakları içerisinde önemli bir sıralamaya sahip olmuş ve ihracatta en büyük ikinci pazar

⁸⁹ İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Hazır Giyim-Konfeksiyon Sektörleri Açısından ABD, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler**, s.6

olurken, ithalatı ise en büyük üçüncü tedarikçi konumuna gelmiştir.⁹⁰ Meksika, 1999 yılından sonra Çin faktöründen ötürü ABD'deki pazar payını kaybetmeye başlamıştır.⁹¹

ABD sanayii, artan ithalat ve maliyet avantajı nedeniyle üretim merkezlerinin diğer ülkelere kaydırılması sonucu, son yıllarda giderek artan bir rekabetle karşılaşmış ve özellikle bazı ürünlerde dünya ile rekabet avantajını kaybetmiştir. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Doha Turu kapsamında çok taraflı bir anlaşma imzalanamamış olması ve ABD yerel sanayisinin yaşadığı rekabet zorlukları, ABD'yi ikili ve çok taraflı olmak üzere çeşitli tercihlili ticaret anlaşmaları yapma yoluna itmiştir. ABD, bu sayede hem iç pazarını korumak hem de maliyeti düşük hammadde ve ara madde tedarik ederek ihracatta rekabetçiliğini arttırabilmeyi hedeflemektedir. ABD'nin halen yürürlükte olan ikili anlaşmalarının taraf olduğu ülkeler ve yürürlüğe giriş tarihleri aşağıdaki gibidir:

- Kuzey Amerika STA (NAFTA – Kanada ve Meksika) – 1 Ocak 1994
- İsrail STA – 1996
- Singapur STA – 1 Ocak 2004
- Şili STA – 1 Ocak 2004
- Dominik Cumhuriyeti – Orta Amerika (Kosta Rika, El Salvador, Dominik Cumhuriyeti, Guatemala, Honduras ve Nikaragua) STA (CAFTA-DR) – 5 Ağustos 2004
- Avustralya STA – 1 Ocak 2005
- Fas STA – 1 Ocak 2006
- Bahreyn STA – 11 Ocak 2006
- Panama STA – 28 Haziran 2007
- Umman STA – 1 Ocak 2009
- Peru STA – 1 Şubat 2009
- Ürdün STA – 1 Ocak 2010
- Güney Kore STA – 15 Mart 2012
- Kolombiya STA – 15 Mayıs 2012

⁹⁰ İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Dünyanın En Büyük Pazarı ABD, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler**, s.8

⁹¹ Saygılıoğlu, s.12

Öte yandan diğer Trans-Pasifik ülkeleri (Avustralya, Kanada, Şili, Japonya, Brunei, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur, Vietnam) ve çeşitli ülkelerle serbest ticaret anlaşması imzalamaya yönelik müzakereler devam etmektedir. Ayrıca ABD ile AB arasında serbest ticaret anlaşması imzalanmasına yönelik görüşmeler (Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması) dikkat çekmektedir.⁹²

ABD'nin, dış ticaret politikasında nispeten daha az liberal olduğu ve özellikle belirli ürünlerde yüksek gümrük vergileri ile yerli sanayisini koruduğu düşünüldüğünde, bu ülke ile imzalanan serbest ticaret anlaşmaları veya tercihli ticaret anlaşmaları, ticaret ortakları için ihracatta önemli bir avantaja dönüşmektedir. Dolayısıyla, ABD'nin dış ticaretinde serbest ticaret anlaşmaları ve bölgesel tercihli anlaşmaları imzalanan ülkeler, büyük ölçüde etkili olmaktadır.⁹³

Tablo 29
ABD'nin Genel Dış Ticareti (Milyon Dolar)

Yıllar	İhracat	Değişim	İthalat	Değişim
2003	723.608	-	1.305.091	-
2004	817.905	13	1.525.268	16,9
2005	904.339	10,6	1.732.320	13,6
2006	1.037.029	14,7	1.918.997	10,8
2007	1.162.538	12,1	2.017.120	5,1
2008	1.299.898	11,7	2.164.834	7,2
2009	1.056.712	-18,7	1.601.895	-26
2010	1.277.109	20,9	1.966,50	22,8
2011	1.479,73	15,9	2.262.585	15,1
2012	1.545.565	4,4	2.333.805	3,1
2013	1.578.001	2,1	2.328.328	-0,2

Kaynak: İTKİB, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD, İstanbul, Ocak 2015, s.17

2003-2013 yılları arasındaki ABD'nin dış ticaretine ilişkin veriler Tablo 29'da görülmektedir. 2009 yılında tüm dünyayı etkileyen küresel kriz, ABD'nin dış ticaretinin

⁹²İTKİB, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD, Ocak 2015, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulke_raporu_ocak_2015.pdf, s.8, 9 (22.Ağustos.2015)

⁹³ İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, Hazır Giyim-Konfeksiyon Sektörleri Açısından ABD, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, s.7

küçülmesine yol açmıştır. 2008 yılına göre 2009 yılında ABD'nin ihracatı %18,7 gerilerken, ithalatı da %26 oranında küçülmüştür.

2010 yılında ABD'nin ihracatı ve ithalatı sırasıyla %20,9 ile %22,8, 2011 yılında ise %15,9 ile %15,1 oranlarında artış sağlamıştır. 2012 yılı sonunda ise artış oranları küçülerek genel ihracat %4,4, genel ithalat ise %3,1 oranlarında yükselmiştir. 2013 yılında ise genel ithalatını %0,2 gerileme, genel ihracatını ise %2,1 artışla kapatarak dış ticaret dengesinde olumlu bir gelişme yaşamıştır. 2012 yılında ABD'nin genel ihracatı 1,5 trilyon dolar, genel ithalatı ise 2,3 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında da ABD aynı seviyeyi korumuştur. 2013 yılında genel ihracat 1,5 milyar dolar iken, genel ithalat 2,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 30
ABD'nin Pamuk ve İplik Arzı ve Talebi (Milyon Metrik Ton)

Yıllar	2007/08	2008/09	2013/14	2014/15
Başlangıç Stokları	2,06	2,22	0,83	0,50
Pamuk Üretimi	4,18	3,05	2,81	3,57
İthalat	0,03	0,03	0,03	0,02
Toplam Tedarik	6,27	5,30	3,67	4,09
İplik Üretimi	1,00	0,96	0,77	0,83
İhracat	3,03	3,16	2,29	2,18
Toplam Mecra	4,03	4,12	3,06	3,01
Stok Bitimi	2,22	1,15	0,53	1,11
Stok Kullanım Oranı	%55,1	%27,1	%17,3	%36,9

Kaynak: www.cottonusaturkey.com (02.Haziran.2014, 16.Mayıs.2015)

Tablo 30'da ABD'nin 2007-2009 yılları ve 2013-2015 yılları arasındaki pamuk ve iplik üretimleri, ihracatları ve stok kullanım oranları gösterilmiştir. 2007-2008 yılları arasında ABD pamuk stoku 2,06 milyon metrik ton, pamuk üretimi 4,18 milyon metrik tondur. ABD'nin bu yıllar arasında yapmış olduğu pamuk ithalatı 0,03 milyon metrik

tondur. Bu bilgilere göre ABD'nin pamuk ihtiyacının büyük bölümünü kendi üretiminden karşıladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Amerikan ham pamuğunun son 3 yıllık en büyük müşterileri incelendiğinde; 2014/2015 döneminde ilk üç sırayı 322 bin metrik ton ile Vietnam, 320 bin metrik ton ile Türkiye ve 235 bin metrik ton ile Meksika almaktadır. 2015/2016 yıllarında ise ilk üç sırayı 127 bin metrik ton ile Meksika, 26 bin metrik ton ile Endonezya ve 11 bin metrik ton ile Tayland almaktadır.⁹⁴ İplik üretimi 2007-2008 yıllarında 1.00 milyon metrik ton seviyesinde iken, 2008-2009 yılları arasında küçük bir düşüşle 0,96 milyon metrik ton seviyesine gelmiştir. İplik üretimindeki bu düşüşe bağlı olarak iplik ihracatı 3,03 milyon metrik ton seviyesinden 3,16 milyon metrik ton seviyesine ulaşmıştır. Stok kullanım oranlarına bakıldığında ise; ABD'nin 2008-2009 yılları arasında stoklarının %55.1'ini, 2008-2009 yılları arasında %27.1'ini kullandığı görülmektedir.

2013 yılında ise pamuk ve iplik üretimi, ithalatı ve ihracatı kalemlerinde genel anlamda bir düşme görülmekle birlikte stok kullanım oranının %17.3 oranına gerilediği görülmektedir. 2014 yılında ise pamuk üretimi 3,57 milyon metrik ton ve ithalatı 0,02 milyon metrik ton olarak gerçekleşmiştir.

Son dönemde pamuk fiyatlarında görülen artışların pamuk üretimini olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Pamuk fiyatlarındaki bu artış diğer hammaddelerin üretiminde ise cesareti kırmıştır.⁹⁵ Örnek olarak; iplik üretimi 0,83 milyon metrik tona ve iplik ihracatı da 2,18 milyon metrik ton seviyesine gerilemiştir. Sonuç olarak stoklarının %36,9'unun kullanıldığı görülmektedir.

2013 yılında dünyada en fazla tekstil ithalatı yapan ilk 14 ülke ile bu ülkeler içerisinde ABD'nin yeri ve dünya tekstil ithalatındaki payı, aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. ABD 27 milyar dolar tekstil ithalatı ile %8,4 lük paya sahiptir. Dünyada AB(27)'den sonra en fazla tekstil ithalatı yapan ikinci ülke konumundadır.

⁹⁴ Cottonusa. Dünya ve Amerikan Pamuk Pazarlarının Ekonomik Görünümü. Nisan 2016.

<http://www.cottonusatuturkey.com/wp-content/uploads/2010/08/Economic-Apr-2016-TU.pdf>, s.13 (10.05.2016)

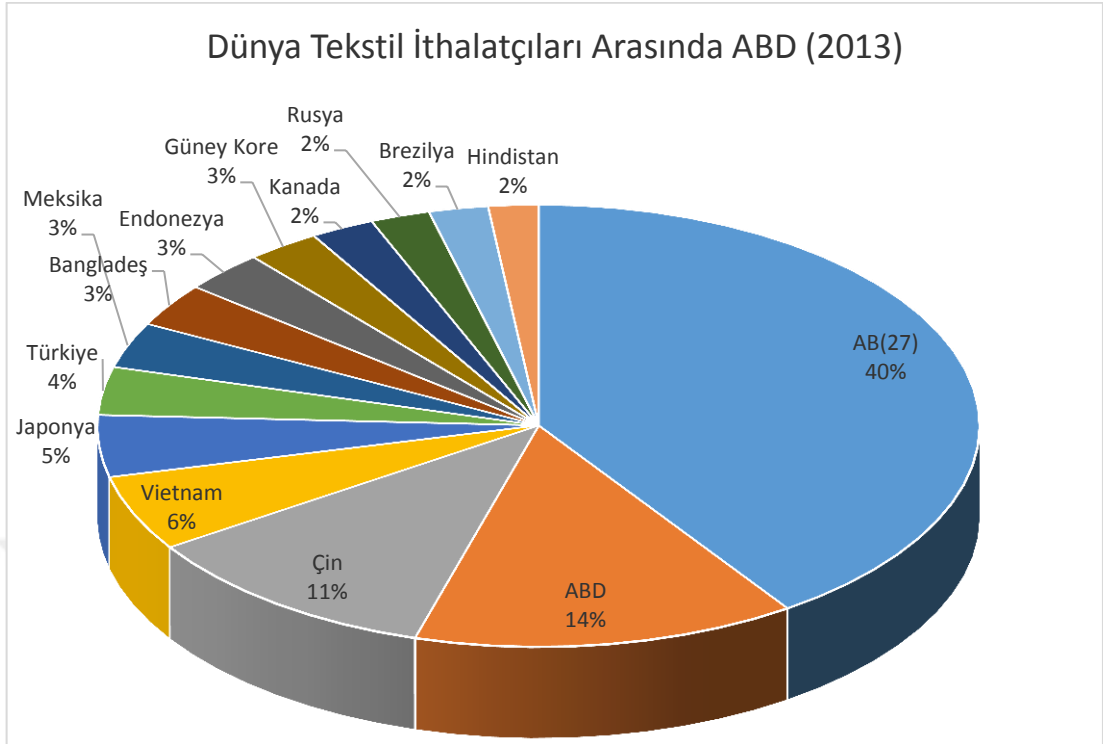
⁹⁵ Meyer Leslie, Stephen MacDonald and James Kiawu, A Report from the Economic Research Service "Cotton and Wool Outlook". 2012-2013. <http://www.ers.usda.gov/media/1076041/cws13d.pdf>, s.1 (10.05.2016)

Tablo 31
Dünya Tekstil İthalatçıları Arasında ABD (2013 Yılı)

Ülke	İthalat (Milyar \$)	% Pay
AB(27)	78,0	24,2
ABD	27,0	8,4
Çin	22,0	6,7
Vietnam	11,0	3,3
Japonya	9,1	2,7
Türkiye	7,0	2,1
Meksika	6,1	2,0
Bangladeş	6,0	1,9
Endonezya	5,7	1,8
Güney Kore	5,0	1,6
Kanada	5,0	1,4
Rusya	4,0	1,3
Brezilya	4,0	1,3
Hindistan	3,7	1,1
Dünya Toplamı	322,3	100,00

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014, “Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> (02.Temmuz.2014)

2013 yılı verilerine göre Çin ise, tekstil ithalatı yapan ülkeler arasında 22,0 milyar dolarlık ithalatı ve %6,7’lık pay ile üçüncü sıradadır. 2008 ve 2013 yılları arasındaki beş yıllık süreçte yalnızca küresel krizin etkisi ile 2009 yılında hem tekstil ihracatında hem de ithalatında düşme kaydedilmiştir.



Şekil 3: Dünya Tekstil İthalatçıları Arasında ABD (2013 Yılı)

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014, “Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> (02.Temmuz.2014)

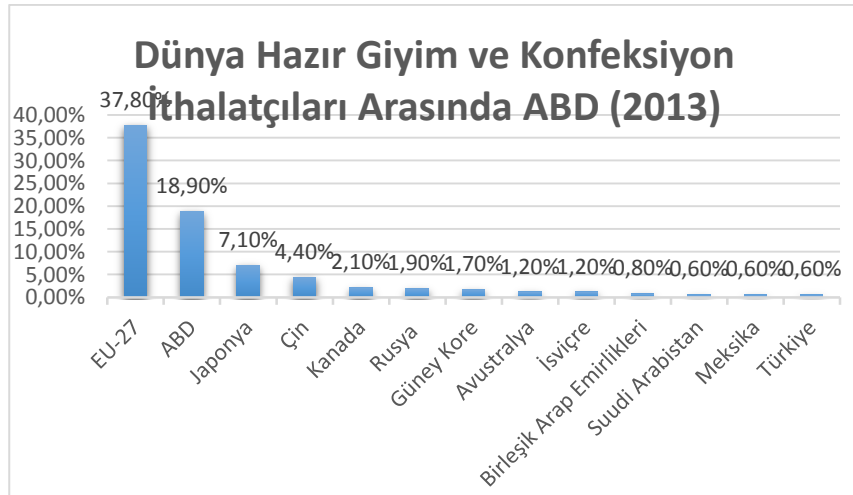
2013 yılında dünyada en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştiren ilk 10 ülke içinde ABD’nin yeri ve toplamda aldığı pay aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 32’de ABD, 2013 yılında dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında 91 milyar dolarlık ithalat ve %19 oranında bir pay ile EU-27 ülkelerinden sonra dünyanın ikinci ithalatçısıdır. ABD’yi %7,1’lik payı ile Japonya, %4,4’lük payı ile Çin, %2,1’lik payı ile Kanada izlemektedir.

Tablo 32
Dünya Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatçıları Arasında ABD (2013)

Ülke	İthalat (Milyar \$)	% Pay
EU-27	182	37,8%
ABD	91	18,9%
Japonya	34	7,1%
Çin	21	4,4%
Kanada	10	2,1%
Rusya	9	1,9%
Güney Kore	8	1,7%
Avustralya	6	1,2%
İsviçre	6	1,2%
Birleşik Arap Emirlikleri	4	0,8%
Suudi Arabistan	3	0,6%
Meksika	3	0,6%
Türkiye	3	0,6%
Dünya Toplamı	481	100,0%

Kaynak: World Trade Organization International Trade Statistics 2014,
www.wto.org/statistics, s.110



Şekil 4: Dünya Hazır Giyim İthalatçıları Arasında ABD (2013 Yılı)

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014,
“Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> (02.Temmuz.2014)

AB, 2013 dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatının %38'ine, ABD %19'una, Japonya %7'sine, Çin ise %4 üne sahiptir.

2003 yılından 2008 yılına kadar düzenli bir artış ile tekstil ihracatını arttıran ABD, 2009 yılında küresel krizin yansımaları ile ihracatta düşüş yaşamış, 12,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiştir. İthalat da %20'yi aşkın bir oranda düşerek 8,5 milyar dolar gerçekleşmiştir.

Tablo 33
ABD'nin Tekstil İhracatı ve İthalatı (Milyon \$)

Yıllar	İhracat	Değişim (%)	İthalat	Değişim (%)
2003	13.629	-	9.786	-
2004	15.519	13,9	10.768	10
2005	15.373	-0,9	11.391	5,8
2006	16.150	5,1	11.381	-0,1
2007	15.977	-1,1	11.594	1,9
2008	16.279	1,8	11.106	-4,2
2009	12.498	-23,2	8.464	-23,8
2010	16.936	35,5	10.533	24,4
2011	21.319	25,9	11.974	13,7
2012	18.661	-12,5	12.067	0,8
2013	18.503	-0,8	12.236	1,4

Kaynak: İTKİB, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD**, Ocak 2015, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulke_raporu_ocak_2015.pdf (21.Ağustos.2015), s.25; İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Dünyanın En Büyük Pazarı ABD**, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, Ağustos 2009, s.22

2009 yılında %23,2 düşüş görülen ABD tekstil ihracatı 2011 yılında %35,5, 2011 yılında ise %25,9 oranında artmıştır. Bununla beraber 2012 yılında ABD'nin tekstil ihracatı, 2011 yılına göre %12,5 oranında düşerek 18,7 milyar dolara gerilemiştir. ABD tekstil ithalatı ise 2010 yılında %24,4, 2011 yılında %13,7 ve 2012 yılında da %0,8 oranında artarak 12,1 milyar dolar olmuştur. 2013 yılını ithalatta % 1,4 artışla 12,2 milyar dolar ile, ihracatı ise %0,08 lik düşüşle 18,5 milyar dolar olarak kapatmıştır. 2014 yılı

Ocak-Ağustos döneminde ise; Amerika ülkeleri toplamı (ABD, Kanada, Brezilya, Meksika vb.) 329.252 bin dolar tekstil ihracatı gerçekleştirmişlerdir.⁹⁶

Tablo 34
ABD'nin Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı ve İthalatı (Milyon \$)

Yıllar	İhracat	Değişim (%)	İthalat	Değişim (%)
2003	6.101	-	72.843	-
2004	5.628	-7,8	78.376	7,6
2005	5.614	-0,2	83.857	7
2006	5.536	-1,4	87.509	4,4
2007	5.028	-9,2	90.149	3
2008	5.202	3,4	87.373	-3
2009	4.984	-4,3	76.703	-12,2
2010	5.635	13,1	87.501	14,1
2011	6.332	12,4	93.980	7,4
2012	6.766	6,9	93.409	-0,6
2013	7.146	5,6	97.229	4,1

Kaynak: İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Dünyanın En Büyük Pazarı ABD**, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, Ağustos 2009, s.22; İTKİB, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD**, Ocak 2015, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulke_raporu_ocak_2015.pdf (22.Ağustos.2015), s.22

2008-2013 yılları arası beş yıllık dönemde ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon dış ticareti incelendiğinde ise küresel ekonomik krizin etkisi ile 2009 yılında hem ihracat hem de ithalatta azalış görülmektedir.⁹⁷

ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı 2003 yılından 2007 yılına kadar 5 yıllık bir süreçte sürekli bir artış trendiyle 72,8 milyar dolardan 90,1 milyar dolara ulaşmıştır. 2010 ve 2011 yıllarında hem ihracatta hem de ithalatta artışlar görülürken 2012 yılında yalnız ihracatta %6,9 oranında artış olmuştur. ABD'nin genel ithalatı ise 2012 yılında 2011 yılına göre %0,6 oranında gerilemiştir. Değer olarak 2012 yılı sonunda

⁹⁶ İTKİB Genel Sekreterliği AR&GE ve Mevzuat Şubesi, **Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2014 Ağustos Aylık İhracat Bilgi Notu**, 2015, İstanbul, s.5

⁹⁷ İTKİB; **Tekstil Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi**, s.23

ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 6,8 milyar dolar, ithalatı ise 93,4 milyar dolar olmuştur. 2013 yılında ise; hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 7,2 milyar dolar, ithalatı ise 97,2 milyar dolar olmuştur. Rakamlarda da görüleceği üzere ABD, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe net bir ithalatçı konumundadır.

2012 yılı itibariyle ABD'nin en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ilk beş ülke Çin, Vietnam, Hindistan, Endonezya ve Bangladeş olarak sıralanmaktadır.

Tablo 35
ABD'nin En Çok Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler
(Milyon \$)

Ülkeler /Yıllar	2011	2012	2013	2011/2012		2012/2013	
				Değişim %	Pay %	Değişim %	Pay %
Çin	37.782	37.611	38.868	-0,5	40,3	3,3	40
Vietnam	6.896	7.391	8.483	7,2	7,9	14,8	8,7
Hindistan	5.366	5.266	5.612	-1,9	5,6	6,6	5,8
Endonezya	5.297	5.185	5.231	-2,1	5,6	0,9	5,4
Bangladeş	4.764	4.709	5.242	-1,2	5	11,3	5,4
Meksika	4.699	4.603	4.599	-2	4,9	-0,1	4,7
Pakistan	3.234	2.930	2.981	-9,4	3,1	1,7	3,1
Honduras	2.783	2.741	2.665	-1,5	2,9	-2,8	2,7
Kamboçya	2.704	2.665	2.677	-1,5	2,9	0,5	2,8
El Salvador	1.821	1.911	1.926	4,9	2	0,8	2
Türkiye	570	628	630	10,1	0,7	0,4	0,6
Dünya Toplamı	93.980	93.409	97.229	-0,6	100	4,1	100

Kaynak: İTKİB, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD**, Ocak 2015, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulke_raporu_ocak_2015.pdf, s.23; İTKİB, Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Hazır Giyim-Konfeksiyon Sektörleri Açısından ABD**, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, Eylül 2013, s.24

ABD'nin Çin'den gerçekleştirdiği hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı 2012 yılında 37,6 milyar dolar değerindedir. Çin, ABD'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatından aldığı %40,3 pay ile söz konusu ülkenin bir numaralı hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi konumundadır. 2013 yılında Çin, ABD hazır giyim ve konfeksiyon ithalatındaki birinciliğini 38,8 milyar dolar ile devam ettirmiştir. Çin'i, 8,5 milyar dolar ile

Vietnam, 5,6 milyar dolar ile Hindistan takip etmektedir.

Türkiye ABD'nin en çok hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği 23'üncü ülke konumundadır. 2012 yılında, ABD tarafından Türkiye'den 628,2 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştirilmiş olup, ithalat 2011 yılına göre %10,1 artmıştır. Türkiye, 2013 yılında 2011 ve 2012 yılına paralel olarak, 630 milyon dolar hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı ile ABD hazır giyim ve konfeksiyon pazarından %0,7 oranında pay almaktadır.⁹⁸ Türkiye'nin ABD pazarında hızlı teslim ve taşıma maliyetine bağlı rekabet avantajının bulunmaması bu sıralamanın sebeplerinden birkaçıdır.⁹⁹

Tablo 36
ABD'nin En Çok İthal Ettiği Hazır Giyim ve Konfeksiyon Ürünleri (2013)

DÖRTLÜ GTİP NO	TANIM	DEĞER (\$)	PAY (%)
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	14.874.793	15,3
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	11.157.622	11,5
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	9.049.364	9,3
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANTOLON VS. (ÖRME)	5.699.527	5,9
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	5.498.456	5,7
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	5.411.682	5,6
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	3.845.193	4
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	3.785.344	3,9
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	3.093.739	3,2
6206	KADINLAR İÇİN BLUZ VE GÖMLEK	2.858.356	2,9
	ABD'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	97.229.046	100

Kaynak: İTKİB, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD**, Ocak 2015, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulk_e_raporu_ocak_2015 , s.24

2013 yılında ABD'nin en çok ithal ettiği ilk 10 konfeksiyon ürünü ve ithalat değeri ile payları yukarıdaki tabloda gösterilmektedir. 2013 yılında ABD'nin ithal ettiği hazır giyim ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 6110 G.T.İ.P başlıklı kazaklar ve süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme) ithal ettiği görülmektedir. En

⁹⁸ İTKİB; **Tekstil Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi**, s.23

⁹⁹ Öztürk, s.44

çok ithal ettiği diğer ürünler; 6204 G.T.İ.P başlıklı kadın ve kız çocukları için takım elbiseler, takımlar, ceketler, 6203 G.T.İ.P başlıklı erkek ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, 6109 G.T.İ.P. başlıklı t-shirtler, atletler, fanilalar, 6104 G.T.İ.P. başlıklı kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs., 6302 G.T.İ.P başlıklı yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri, 6307 G.T.İ.P. başlıklı diğer hazır eşyalar, 6205 G.T.İ.P. başlıklı erkek/erkek çocuk için gömlek, 6108 G.T.İ.P. başlıklı kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası, 6212 G.T.İ.P. başlıklı sütyen, korse, kemer vs. ürünleridir.

Türkiye'nin ABD ile olan genel dış ticaretini, hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil ticareti Tablo 37'de birlikte değerlendirilmektedir. Türkiye'nin ABD'ye genel ihracatı, 2009 yılından 2013 yılı sonuna kadar yıllık bazda %0,6 ile %22,3 arasında değişen oranlarda artmıştır. 2009 yılında 3,2 milyar dolar olan ihracat yıllar içinde artarak, 2013 yılında 5,6 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'den ABD'ye 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise 2013 yılının eş dönemine kıyasla %10,6 oranında artışla, 5,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'nin ABD'ye yaptığı hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı ise 2013 yılında 2012 yılına oranla, %1,2 düşmüş ve 443 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 37
ABD ve Türkiye Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Birim: \$	2012 YILLIK	2013 YILLIK	DEĞİŞİM%	2014 (OCAK - KASIM)	DEĞİŞİM %
ABD'YE İHRACAT	5.604.232.368	5.640.246.710	0,6	5.640.848.057	10,6
TÜRK İYE GENEL İHRACAT	152.461.736.556	151.802.637.087	-0,4	144.485.293.806	4,2
ABD'İN PAYI %	3,7	3,7		3,9	
ABD'DEN İTHALAT	14.130.546.105	12.596.170.407	-10,9	11.611.762.138	0,5
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	236.545.140.909	251.661.250.110	6,4	220.450.411.361	-3,5
ABD'İN PAYI %	6	5		5,3	
ABD'YE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	448.516.894	443.272.087	-1,2	425.083.260	3,9
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	15.753.400.255	17.150.270.228	8,9	17.161.452.564	9
ABD'İN PAYI %	2,8	2,6		2,5	
ABD'DEN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	13.892.123	20.329.023	46,3	16.534.550	-11,7
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	2.502.472.382	2.971.397.265	18,7	2.855.641.730	3,8
ABD'İN PAYI %	0,6	0,7		0,6	
ABD'YE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI	284.423.397	309.069.415	8,7	295.108.778	4,2
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI	7.749.225.552	8.367.973.140	8	7.908.022.106	2,6
ABD'İN PAYI %	3,7	3,7		3,7	
ABD'DEN TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI	726.166.466	950.344.995	30,9	959.673.334	5,3
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI	8.674.485.448	9.301.562.715	7,2	8.958.831.368	5
ABD'İN PAYI %	8,4	10,2		10,7	

Kaynak: İTKİB, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD, Ocak 2015, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/ABD_tekstil_ulke_raporu_ocak_2015 , s.27

2014 Ocak-Kasım dönemine gelindiğinde Türkiye genel ihracatında ABD'nin payı %3,9 artışla 425 milyon dolar olmuştur. Bu pay Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının %2,5'ini oluşturmuştur.

1.6. Çin Halk Cumhuriyeti Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Çin 1,3 milyarı aşan nüfusu ve 3,9 trilyon dolara ulaşan dış ticaret hacmi ile dünyada büyük bir ticari güç ve önde gelen ülkelerden biridir.

Tablo 38
Temel ve Ekonomik Göstergeler

Resmi Adı	Çin Halk Cumhuriyeti
Başkenti	Pekin (Beijing)
Yüzölçümü	9.561.000 km ²
Kara Sınırları	22.117 km
Nüfusu	1,3 milyar (2012) 1,3 milyar (2013 tahmini)
Para Birimi	Yuan (Renminbi)
GSYİH Büyüme Hızı	% 7,7 (2012) %7,7 (2013 Tahmini)
Kişi Başına Düşen Milli Gelir	7.320 \$ (2012) 9.500 \$ (2013 Tahmini)
İhracat	2,050 milyar \$ (2012)
İhracatta Başlıca Ürünler	Elektrik-elektronik Tekstil Hazır giyim Demir-çelik ürünleri Optik ve medikal ürünler
İthalat	1.818 \$ (2012)
İthalatta Başlıca Ürünler	Makine ve aksamı Petrol Çeşitli madenler Metaller Plastik

Kaynak: İTKİB, Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak ÇHC; Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, 2014,
<http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2014/>
(24.Ağustos.2015)

Yukarıda verilen temel, sosyal ve ekonomik göstergeler, gerek Çin ekonomisinin gücünü, gerekse de ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Dünyada 2.büyük tekstil sanayisine sahip Türkiye'yi geçerek birinci sırada olan Çin'i Türkiye'den ayıran önemli farklılıklar bulunmaktadır. Yaklaşık 30 yıl önce Çin'in ikinci el makine ithalatını yasaklaması sektör açısından çok akıllı bir karar olmuştur. Sadece en iyi ve en yeni makineler, sektöre girmek için kabul edilmiştir. Dünyada hiçbir ülkenin yapmadığını yapan Çin, tekstil makinelerine milyonlarca dolar yatırım yapmıştır. Bu dönemlerde küresel makine alımlarının %50'si Çin tarafından yapılmıştır. Türkiye bu anlamda Çin karşısında çok büyük dezavantajlara sahip olmuştur, çünkü Türkiye tekstil makinelerine yatırım yapmamıştır. Türkiye tekstil ve hazır giyim şirketleri için küçük ve orta ölçekli bir tedarikçi iken, Çin, büyük

miktarlarda ihracat yapan bir tedarikçidir. Yüksek adetlere sahip, emek gerektiren ürünler Çin’de üretilmektedir. Türkiye teslimat alanında önemli bir yer olan Almanya’ya yakın olmasına karşılık, Çin, kalite, fiyat ve teslimat gibi kategorilerde çok öndedir. Tekstil sektörü ile ilgili tüm malzemeler burada bulunmaktadır. Tüketilen pamuğun %80’i ithal edilse bile eksik olan tek madde sentetik ipliktedir. Sentetik iplikte ise; lider kimya şirketlerin geliştirip pazara sunmaları için zamana ihtiyaçları vardır.¹⁰⁰

1.6.1.Çin Halk Cumhuriyeti Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Süreci ve Hammadde Yapısı

Merkezi planlamadan ayrıldığı 1978 yılından bu yana Çin, yılda ortalama %10 oranında büyümektedir. Ancak ekonomik büyümenin hızı istikrarlı değildir. Tüketim eğilimi artmakta, fiyatlar yükselmekte, yabancı yatırımlar ve şehirde kişi başına düşen gelir artmaktadır. Bazı gözlemciler Çin’in resmi olarak açıklanandan çok daha hızlı büyüdüğünü öne sürmektedir.¹⁰¹ 2006 yılı sonu itibariyle Çin 2.630 milyarlık ekonomisi ile ABD, Japonya ve Almanya’nın ardından dünyanın 4.büyük ekonomisi konumundayken, satın alma gücü paritesine göre büyüklükler incelendiğinde, Çin 2. sıraya yükselmektedir.¹⁰²

Dünya nüfusunun %20’sini oluşturan Çin, dünyanın hızla büyüyen ekonomilerinden birine sahiptir. Sanayinin hızlı bir şekilde büyümesi sonucunda, ülkede, enerji, petrol, demir-çelik, kömür kaynaklarında, ulaşım ve iletişim sektörlerinde bir sıkıntı yaşanmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda, 1990’dan sonra yatırımlar bu sektörlerle yönlendirilmiştir. Diğer yandan, Çin’in sanayi gelişimiyle ilgili dikkate alınması gereken diğer bir husus da, son yıllarda özellikle işgücü maliyetlerinin düşüklüğü sayesinde küresel pazarlara hâkim olan Çin’in ihracat sektörlerinin, son dönemde ülkede işgücü maliyetlerinin artmasının yanı sıra asgari ücret yasasının

¹⁰⁰ Zhu Vivian, “China’s Textile Industry”, [Electronic Version] *GC Ticker*, October-November 2011, No.5 http://china.ahk.de/fileadmin/ahk_china/Dokumente/GC-Ticker/GT_11i5_1.pdf (24.Ağustos.2015), s.50

¹⁰¹ T.C. Ekonomi Bakanlığı, Çin Halk Cumhuriyeti Ülke Raporu, Ocak 2013, <http://www.tucsiad.org.tr/Images/FileManager/2012-2013%20%C3%87in%20%C3%9Clke%20Raporu.pdf> (25.Ağustos.2015), s.7

¹⁰² Kıvılcım Eraydın ve Alev Atak; *Çin ve Hindistan: Dünya Ekonomisindeki Rollerine İlişkin Bir Değerlendirme*, İş Bankası İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü, Haziran 2007, s.2

yeniden düzenlenmesi sonucu artan üretim maliyetlerinden olumsuz etkilenmekte oluşudur.

Çin, son yirmi yılda gerçekleştirdiği reformlarla dünya ekonomisinin en önemli güçlerinden biri haline gelmiştir. Çin'in bu atılımının temelinde ise ekonomik büyümedeki belirgin başarısı yatmaktadır. Şu anda Çin, dünyanın en büyük ihracatçıları arasında yer almaktadır. Döviz rezervleri ve bütçe fazlası rekor düzeydedir; ayrıca çarpıcı şekilde dış yatırım çeken bir ülke konumundadır. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'ne üyeliğinin ardından, Çin'de yeni bir dönem başlamıştır. Bu yeni dönemde, özel sektör yatırımları artmış; ancak, devlet ekonomideki tekeli ve bireyler üzerindeki sıkı denetimini sürdürmeye devam etmiştir. Çin'in DTÖ üyeliği sonrasında ihracatı ve ekonomik büyümesi hızlanmış, bu gelişme diğer ülkeleri tehdit eder hale gelmiştir.

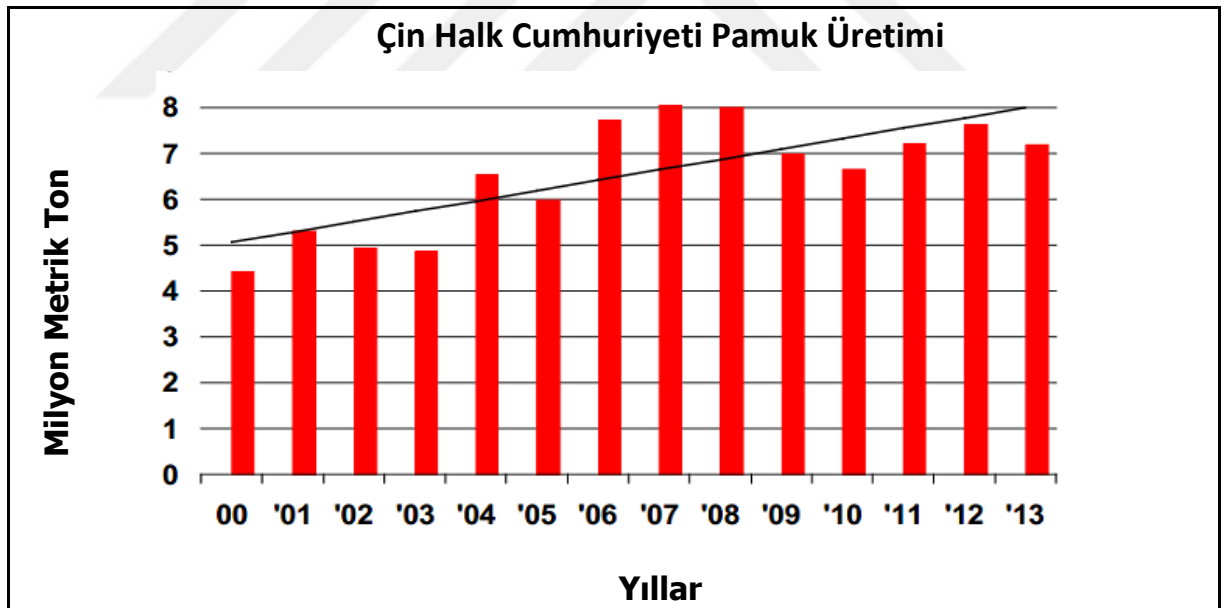
Hazır giyim sektörünün gelişmesinde üç temel unsur önemli rol oynamıştır. Bunlardan ilki; 1979 yılında açık-kapı politikası ile dışa açılmaya başlayan Çin'in sanayileşme, kalkınma ve dış pazarlarda rekabet için tekstil ve hazır giyim sektörünü seçmiş olmasıdır. Kamu kaynaklarının önemli bölümü sektörün desteklenmesi için kullanılmaya başlanmış, özel girişimciye ilk kez bu sektör için izin verilmiş ve özel girişim hızla genişlemiş, özel sektör işletmeleri özellikle ihracat ağırlıklı olarak geniş ölçüde teşvik edilmiştir. İkinci olarak; üretimin kamudan özel kesime geçmesine ağırlık verilmiştir. Kapalı dönemde devlet girişimleri niteliğinde ve yönetiminde olan ve yerleşim birimlerinin kendi ihtiyaçlarını karşılayan dev üretim birimleri özel sektöre devredilmiştir. 1998 yılına gelindiğinde kamunun elinde kalan sektör işletmelerinin tamamı için özelleştirme kararı alınmıştır. Kar elde etmeyen devlet fabrikaları kapatılmıştır. Son olarak ucuz iş gücü maliyetleri ise üçüncü ama sektördeki gelişmeyi belirleyen en önemli unsurdur. Ucuz işgücü son 20 yıllık gelişmede ve özellikle ihracatta rekabette çok etkili olmuştur. Ucuz işçilik ve düşük maliyetler bölgeye yönelik çok geniş oranlı yabancı sermaye yatırımlarını da çekmektedir. Ucuz işçiliğin yanı sıra diğer üretim maliyetleri de çok uygundur.¹⁰³

Son dönemde açıklanan veriler, dünyanın ikinci büyük ekonomisine sahip Çin'de yılın ilk yarısında yaşanan yavaşlamanın yerini toparlanmanın aldığını

¹⁰³ Gürlesel ve Diğ., s.138, 139

göstermektedir. Bu çerçevede 2013 yılının ilk 3 çeyrek döneminde sırasıyla %7,7, %7,5 ve % 7,8 büyüyen Çin ekonomisinde 2013 yıl genelinde ise % 7,7 büyüme kaydedilmiştir.¹⁰⁴

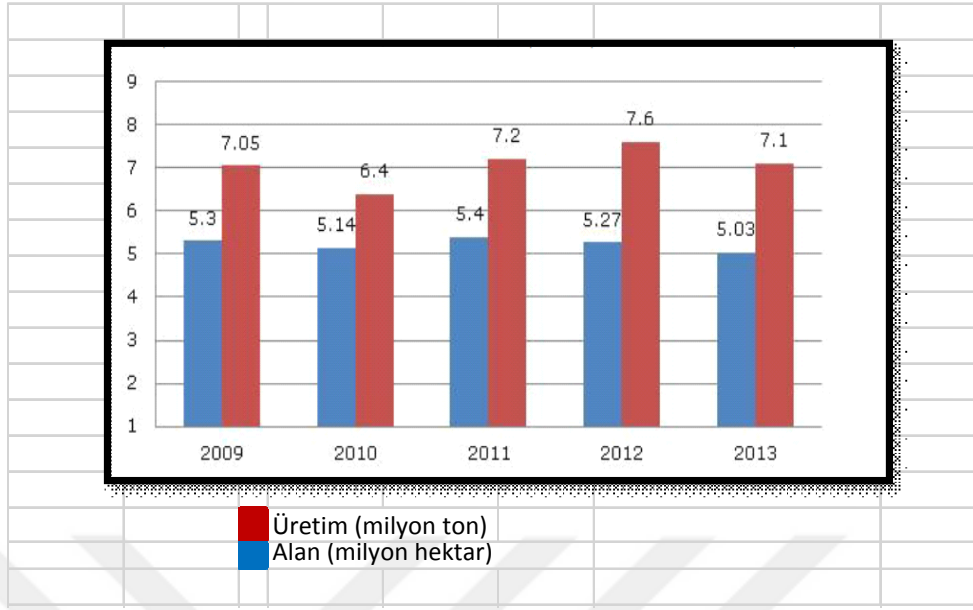
Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ana hammaddesi pamuk açısından Çin'in konumu, 3 numaralı grafikte değerlendirilmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin 2000 ve 2013 yılları arasındaki pamuk üretim miktarları gösterilmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin 2000 yılına oranla 2008 yılında pamuk üretiminin iki katı bir artış ile 8 milyon metrik ton olduğu görülmektedir. Küresel krizlerin etkisiyle 2008'den sonra Çin'in pamuk üretimi bir miktar düşse de 2013 yılında 7,1 milyon metrik ton üretim gerçekleştirmiştir. Pamuğun tekstil ve hazır giyimin temel hammaddesi olduğu düşünülürse; pamuk üretiminin artması tekstil ve hazır giyim sektöründe önemli bir paya sahip olan Çin için, büyük avantaj sağladığı gerçektir.



Grafik 3: Çin Halk Cumhuriyeti Pamuk Üretimi (Milyon Metrik Ton)

Kaynak: www.cottonusaturkey.com, (23.08.2015)

¹⁰⁴ İTKİB, Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti; Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/cin_ulke_raporu.pdf 2013, (15.07.2015), s.11



Grafik 4: Çin'in 2009- 2013 Yılları arasında Ekili Pamuk Alanları ve Pamuk Üretimi
Kaynak: M.Melinda Meador and Wu Xinping, USDA, Foreign, Agricultural Service, Gain Report, No.13017, 4.2.2013, <http://gain.fas.usda.gov> (28.08.2015), s.4

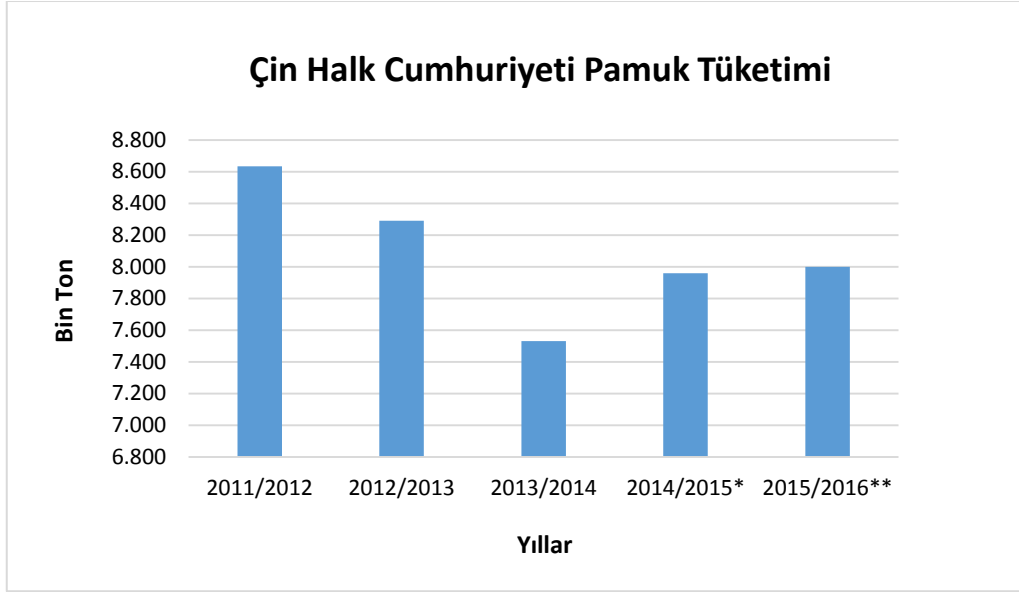
4 nolu grafikte Çin'in 2009-2013 yılları arasındaki pamuk ekim alanları ve pamuk üretim miktarı görülmektedir. Çin tekstil sanayi dünyadaki en büyük pamuk müşterisidir. Grafik incelendiğinde 2012 yılında Çin'de 7.6 milyon ton yerli üretim elde edilmiştir.¹⁰⁵ 2009 yılında 5.9 milyon hektar alandan 7,05 milyon ton pamuk elde edilirken, 2013 yılına gelindiğinde 5.03 milyon hektar alandan 7,1 milyon ton pamuk elde edilmiştir. Birim alandan elde edilen pamuk miktarı artmıştır. Pamuk alanlarındaki düşüşe rağmen, üretimin artması, pamuk ekiminde verimin arttığını göstermektedir.

Dünyada en çok üretim payına ve pamuğu işleme kapasitesine sahip Çin¹⁰⁶, dünyada pamuk tüketiminde Hindistan ve Pakistan'ın ardından 4.sırada gelmektedir.¹⁰⁷ 2011-2012 yılında 8635 bin ton pamuk tüketen Çin, 2012-2013 yılında tüketimini azaltarak, 8290 bin ton pamuk tüketmiştir. 2013-2014 yılında ise tüketimini daha da azaltarak 7531 bin tona düşmüştür. 2014-2015 yılında ise pamuk tüketiminin tekrar artışa geçeceği tahmin edilmektedir.

¹⁰⁵ M.Melinda Meador and Wu Xinping, USDA, Foreign, Agricultural Service, Gain Report, No.13017, 4.2.2013, http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Cotton%20and%20Products%20Annual_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_4-2-2013.pdf (28.08.2015), s.4

¹⁰⁶ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, s.6

¹⁰⁷ Ümit Bayram Kutlu, Dünya ve Türkiye Pamuk Üretimi, <http://www.tarim.gov.tr> (24.Ağustos.2015)



Grafik 5: Çin Halk Cumhuriyeti Pamuk Tüketimi (Bin Ton)

*Tahmini verilerden oluşmaktadır.

**Projeksiyondur.

Kaynak: Cotton Incorporated, Monthly Economic Letter, October-2014, <http://www.cottoninc.com/corporate/Market-Data/MonthlyEconomicLetter/pdfs/English-pdf-charts-and-tables/World-Cotton-Production-Exp.pdf> (23.Ağustos.2015) ; T.C.Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2015, s.6

Çin, tekstil ve hazır giyim sektöründe kaliteli ve lüks ürünlerin dışındaki ürünlerin tamamına yakınında ve global pazarlarda en önemli ve güçlü oyuncu konumuna gelmiştir.¹⁰⁸ Bunda dünya hazır giyim sektöründe pek çok firmanın rekabette fiyat avantajını yakalamak için üretimlerini Çin ve Uzakdoğu ülkelerinde yapmaya başlamalarının rolü büyüktür.¹⁰⁹ Çin basit ve standart ürünlerin dışındaki moda ve marka ürünlere geçişte global rekabette sorunlar yaşamaktadır. Bunun en önemli nedeni moda ve tasarım eksikliğinin olmasıdır. Buna bağlı olarak Çin, üretimdeki kalite açığını kapatmaya dönük olarak teknoloji yatırımlarını sürdürmektedir. Teknoloji yenileme ile birlikte düşük maliyetlerin birleşmesi Çin'in rekabet gücünü arttıracaktır.¹¹⁰

¹⁰⁸Can Fuat Gürlesel ve Diğerleri, s.142

¹⁰⁹ Hedef Dergisi, "Uzakdoğu Rakip mi Pazar mı?", Sayı 172, Mayıs 2008, s.77

¹¹⁰Gürlesel ve Diğ., s.141

1.6.2. Çin Halk Cumhuriyeti Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticaret Yapısı

Dünyanın en büyük nüfusuna sahip olan Çin Halk Cumhuriyeti, topraklarının büyüklüğü ile de orantılı olarak son derece büyük bir dış ticaret hacmine sahiptir. Çin tekstil ve hazır giyim ihracatında dünya lideridir. Çin hükümeti, tekstil ve hazır giyim sektöründe karlılığı sürekli kılmak için tedbirler alarak bu sektörler için önem vermeye devam etmektedir.¹¹¹ Bu tedbirler arasında ihraç pazarlarını çeşitlendirmek ve belirli pazarlara aşırı bağımlı olmaktan kurtulmak yer almaktadır.¹¹² Çin hâlihazırda dünyanın en büyük ihracatçı ülkesi olarak sıralanmaktayken ithalatta ABD'nin ardından ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 39
2013 Yılı Dış Ticaret Hacmi En Büyük Ülkeler

Birim: Milyar \$	Çin	ABD	Almanya	Japonya	Hollanda
İhracat	2.209	1.578	1.458	715	571
İthalat	1.949	2.328	1.194	833	506
Dış Ticaret Hacmi	4.158	3.906	2.652	1.548	1.077
Dış Ticaret Dengesi	260	-750	264	-118	65

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014, “Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> , (15. Temmuz. 2015)

2008 ile 2013 yılları arasını kapsayan altı yıllık süreçte Çin'in genel dış ticaretine ilişkin veriler Tablo 40'da izlenebilir. 2008 yılından 2013 yılına kadar olan beş yıllık süreçte 2009 yılı hariç olmak üzere Çin Halk Cumhuriyeti'nin dış ticaret hacmi devamlı artarak artmış ve 2013 yılında 4.158 milyar dolar değerine ulaşmıştır. Hızlı ekonomik büyümenin itici gücü olan ihracat, Çin'de hızlı bir şekilde artmaya devam etmiştir. 2013 yılsonu itibarıyla, toplam ihracat oranı bir önceki yılın aynı dönemine göre %7,7 artarak 2.209.036 milyon dolara çıkarken, aynı dönemde ithalat

¹¹¹http://www.textileworldasia.com/Issues/2009/October-November-December/Country_Profiles/China-Still_Dominant (28.08.2015)

¹¹²Musa Demir, *2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü*, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Aralık 2002

hacmi ise %7,2 artarak 1.949.438 milyon dolara ulaşmıştır. Böylelikle söz konusu dönemde dış ticaret fazlası geçen yıla göre %12 artış göstererek 259.598 milyon doları geçmiştir. Yalnızca küresel ekonomik kriz nedeniyle 2009 yılında bir azalma gösteren hacim grafiği, her geçen yıl artarak hacmini genişletmiştir.

Tablo 40
Çin'in Genel Dış Ticareti

Yıllar	İhracat (Milyon \$)	Yıllık Değişim (%)	İthalat (Milyon \$)	Yıllık Değişim (%)
2008	1.430.693	-	1.132.562	-
2009	1.201.646	-16	1.005.555	-11,2
2010	1.577.763	31,3	1.396.001	38,8
2011	1.898.388	20,3	1.743.394	24,9
2012	2.050.052	8	1.817.648	4,3
2013	2.209.036	7,7	1.949.438	7,2

Kaynak: İTKİB, Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti; Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/cin_ulke_raporu.pdf, 2013, (15.07.2015), s.18

Çin, küresel hazır giyim pazarının en büyük tedarikçisidir. Küresel tekstil pazarı içinde de en hızlı büyüyen ülke olarak dünya pazarı açısından en büyük tedarikçi ülke olmaya adaydır. Bu özelliklerine bağlı olarak dünyanın en büyük tekstil ve hazır giyim makine ithalatçısı haline gelmiştir. Çin, tekstil makinelerine milyonlarca dolar yatırım yaparak, son dönemlerde küresel makine alımlarının %50'ye yakınına sahip olmuştur.¹¹³

Çin, tekstil ve hazır giyim üretiminin beşte birini ihraç etmektedir.¹¹⁴ Uluslararası ticaret ve yatırımlara bağlı olarak Çin son otuz yılda, yüksek büyüme oranlarına ulaşmıştır. Çin'in büyümesi ise imalat sanayine dayalı olmuştur.¹¹⁵ Çin Ulusal İstatistik Bürosuna göre; tekstil üretimi 2013 yılında 2012 yılına oranla %4 büyüme göstermiştir. Aynı zamanda uluslararası ticaret rakamları da dünyanın tekstil

¹¹³ Zhu, s.50

¹¹⁴ Gürlesel ve Diğerleri, s.137

¹¹⁵ Eraydın ve Atak, s.1

ihracatçı ülkesinin Çin olduğunu vurgulamaktadır.¹¹⁶ Çin, 2012 yılında ulaştığı 3 trilyon 868 milyar dolar değerindeki dış ticaret hacmi ile dünyanın en büyük ihracatçı ülkesi olarak sıralanmaktayken ithalatta ABD'nin ardından ikinci sırada yer almaktadır. ABD'nin 790 milyar USD dış ticaret açığının aksine Çin'de 232 milyar USD dış ticaret fazlası meydana gelmiştir.

Tablo 41
Çin Halk Cumhuriyeti'nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler

<i>Birim: Milyar \$</i>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Değişim 2012-2013
EU-27	293,3	236,4	311,4	356,2	335,5	339,1	-1,10%
ABD	252,8	221,2	283,7	325	352,4	369,1	-4,70%
Hong Kong	190,7	166,2	218,3	267,9	323,4	384,4	-18,90%
Japonya	116,1	97,9	121	148,2	151,6	150,1	1,00%
Güney Kore	73,9	53,6	68,7	82,9	87,6	91,1	-4,00%
Dünya Toplamı	1.430,60	1.201,60	1.577,70	1.898,30	2.048,70	2.209,10	-7,80%

Kaynak: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/statistics_bis_e.htm (19.Ağustos.2015)

Çin Halk Cumhuriyeti'nin en fazla ihracat yaptığı ülkeler AB ülkeleridir. Sıralamayı ABD, Hong Kong, Japonya ve Güney Kore takip etmektedir. Dünya genelinde ihracat hacmi %8 artan Çin'e ait aşağıdaki tabloda dikkat çeken ülkelerden biri olan Hong Kong, her geçen yıl ivmesini arttırarak 2012 yılında bir önceki yıla göre %21 artışla 323 milyar USD ihracat yapılmıştır. Türkiye bu sıralamada 17. sıradadır.

Çin Halk Cumhuriyeti'nin en çok ithalat yaptığı ülkelerin başında ise; 2013 yılında 162 milyar dolar ile Japonya, 220 milyar dolar ile AB, 171 milyar dolar ile Güney Kore, 156 milyar dolar ile Tayvan ve 145 milyar dolar ile ABD gelmektedir. Bu ülkeleri Almanya, Malezya ve Avustralya takip etmektedir. Dünya genelinde ithalat hacmi %20 artan Çin'in ABD'den olan ithalatı 2012 yılında geçen yıla göre artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Türkiye ise, Çin'in en çok ithalat yaptığı 55. ülke olarak görülmektedir.

¹¹⁶ The Statistics Portal, Clothing production in China from March 2015 to March 2016 (in billion meters)
<http://www.statista.com/statistics/226193/clothing-production-in-china-by-month/> (10.05.2015)

Tablo 42
Çin Halk Cumhuriyeti'nin En Çok İthalat Yaptığı Ülkeler

<i>Birim: Milyar \$</i>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Değişim 2012-2013
Japonya	150,6	130,9	176,7	194,5	177,8	162,2	-8,8%
AB-27	132,6	127,7	168,3	211,1	212	219,9	3,7%
Güney Kore	112,1	102,5	138,3	162,7	168,7	171,1	1,4%
Tayvan	103,3	85,7	115,7	124,9	118,4	156,4	32,1%
ABD	81,6	77,8	102,7	123,1	133,7	144,6	8,2%
Dünya Toplamı	1.132,60	1.005,90	1.396,20	1.743,50	2.048,70	1.818,40	-11,2%

Kaynak:https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_bis_e.htm (20.Ağustos.2015)
http://webservices.wto.org/resources/profiles/TP/ZZ/2013/CN_e.pdf (21.Ağustos.2015)

2009 yılında küresel kriz döneminin etkisiyle düşüş kaydederek %11,3 oranında azalan Çin tekstil ihracatı, 2010 yılında yükselişe geçerek %33,4 oranında artışla 56,8 milyar dolar olmuştur. 2011 yılında ise Çin'in tekstil ihracatı %66 oranında artarak 94 milyar dolara ulaşmış, 2013 yılına gelindiğinde ise %12 lik artışla 106 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 43
Çin'in Tekstil Dış Ticareti (Milyon Dolar)

Yıllar	İhracat	Değişim %	İthalat	Değişim %
2008	47.971	-	22.541	-
2009	42.542	-11,3	19.782	-12,2
2010	56.762	33,4	26.946	36,2
2011	94.411	66,3	33.468	24,2
2012	95.450	1,1	36.313	8,5
2013	106.578	11,6	21.563	-40,6

Kaynak:https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_bis_e.htm (18.Ağustos.2015);
http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/cin_ulke_raporu ,
(18.Ağustos.2015)

Çin'in tekstil ithalatı ise 2009 yılında kaydedilen %12,2'lik düşüşün ardından 2010 ve 2011 yıllarında peşpeşe %36,2 ve %24,2'lik oranlarda artmış ve 33,5 milyar dolara kadar yükselmiştir. 2012 yılında ise Çin'in tekstil ithalatı bir önceki yıla kıyasla %8,5 oranında artarak 36,3 milyar dolara yükselmiştir. 2013 yılında ise ithalat %41

oranında ciddi bir şekilde düşerek 22 milyar dolar olmuş, ithalattaki bu düşüş dış ticaret dengesinde olumlu bir etki yaratmıştır.

Tablo 44
Çin Halk Cumhuriyeti Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti (Milyon Dolar)

Yıllar	İhracat	Değişim %	İthalat	Değişim %	Dış Ticaret Hacmi	Değişim %	Dış Ticaret Dengesi
2008	130.143	-	2.355	-	132.498	-	127.788
2009	117.296	-9,9	1.892	-19,6	119.188	-10	115.404
2010	140.816	20,1	2.500	32,1	143.316	20	138.316
2011	165.911	17,8	3.982	59,3	169.893	18	161.929
2012	172.285	3,8	4.402	10,5	176.687	4	167.883
2013	177.434	2,9	5.335	2,1	182.769	3,4	172.099

Kaynak: Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti, Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, İTKİB, 2013, s.22
<http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar> (21.Temmuz.2014);
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_bis_e.htm (22.Ağustos.2015);
http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/cin_ulke_raporu (18.Ağustos.2015)

Çin Halk Cumhuriyeti, tekstil ve konfeksiyon ticaretinde dünyanın en büyük oyuncularından biridir. Çin'in hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı 2009 yılında %19,6 oranında azalmışken 2010, 2011, 2012 ve 2013 yıllarında üst üste sırasıyla %32,1, %59,3, % 10,5 ve %2,1 oranında artmıştır. Aynı şekilde ihracatta da 2009 yılı %9,9'luk bir gerilemeden sonra 2010 yılı %20,1, 2011 yılı %17,8, 2012 yılı %3,8 ve 2013 2,9'luk bir artış gerçekleşmiştir. Değer olarak 2012 yılı sonunda Çin'in hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 172,3 milyar dolar, ithalatı ise 4,4 milyar dolar olmuştur. 2013 yılında ise 177 milyar dolar ihracata karşılık, 5,3 milyar dolar hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapılmıştır.¹¹⁷

Çin Halk Cumhuriyeti, tekstil ve konfeksiyon ihracatında gösterdiği performansın yanı sıra da, tekstil (elyaf-iplik-kumaş) ithalatında da bir numaralı

¹¹⁷ TUSIAD, China Business Insight, China Textile Industry, June 2013,
http://www.tusiad.org/_rsc/shared/file/ChinaBusinessInsight-May-2013-Textile-Industry-Report (28.08.2015), s.3

ülke konumundadır. Ancak, dünyanın en kalabalık ülkesi olmasına rağmen tekstil ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştiren ülkeler arasında 4.4 milyar dolar ithalat değeri ve %1’lik pay ile dünyada ithalat yapan ülkeler arasında 21. sıradadır. Bu durum, tekstil ve konfeksiyon dış ticaret dengesinde de kendini göstermektedir. Çin’in tekstil ve konfeksiyon dış ticareti 2012 yılında 167,8 milyar dolar fazla vermiştir. Ülkenin 2012 yılı genel ticaretinde söz konusu olan 250 milyar dolarlık dış ticaret fazlasının 167,8 milyar dolarlık kısmının, kısaca yaklaşık %67’sinin tekstil ve konfeksiyon ticaretinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır.¹¹⁸ 2012 yılının tekstil ve hazır giyim dış ticaret verilerine bakıldığında ise; toplam ticaretin 287,36 milyar dolar olduğu, bu rakamın 263 milyon dolarının ihracattan, 24,8 milyon dolarının ithalattan oluştuğu görülmüştür. Ticaret fazlası ise 237,8 milyon dolar gerçekleşmiştir. 2012 yılında tekstil ve hazır giyim ticareti, Çin’in toplam dış ticaretinin %7.43’ünü oluşturmaktadır.

Tablo 45
Çin’in Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı (Milyon Dolar)

Yıllar	2000	2011	2012	2013
Tekstil	16.135	94.411	95.450	106.578
Hazır Giyim	36.071	153.774	159.614	177.435

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014, “Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> , s.107 (25.Ağustos.2015)

Çin’in yapmış olduğu hazır giyim ihracat rakamları değerlendirildiğinde; seri üretim ve düşük maliyet sebebiyle edinilen avantajların ihracat değerlerine yansıdığı aşıkardır. 2000 yılında 36 milyar dolar olan hazır giyim ihracatı, 2011 yılında 5 katı artarak 154 milyar dolar olmuştur. Bu artış düzenli bir seyir izleyerek 2012 yılında 160 milyar dolar, 2013 yılında 177 milyar dolar olmuştur.

¹¹⁸ İTKİB, Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti, Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, s.38

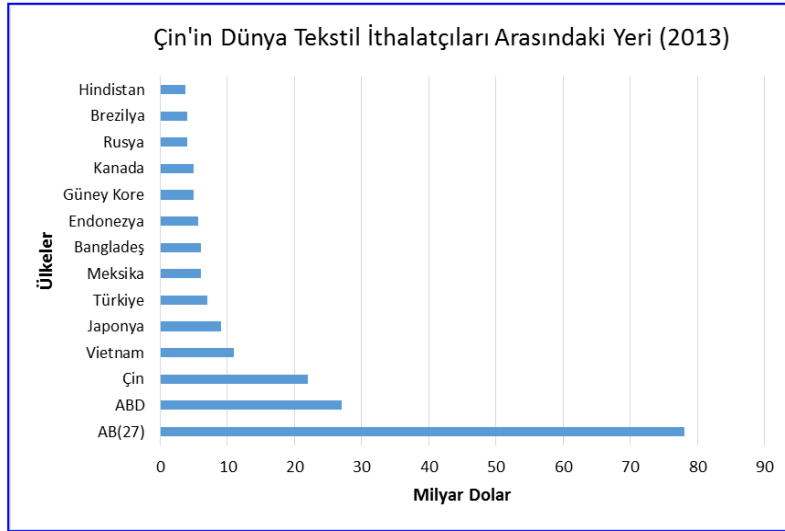
Tablo 46
Çin'in En Çok Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı Yaptığı Bölgeler

<i>Birim:</i> <i>Milyar \$</i>	Tekstil				Hazır Giyim				Tekstil	Hazır Giyim
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013	2012-2013 Değişim	
Asya	34,3	72,3	37,6	44	38	42	47,7	53	17%	11%
AB (28)	9,8	25	14,5	16	35	11,5	40,5	45	10%	11%
Kuzey Amerika	10,4	26,9	14,6	16	28,3	11,9	35,4	39	10%	10%
Bağımsız Devletler Topluluğu	4,3	3,9	5,6	6	10,9	5,4	12,3	16	7%	30%
Orta Doğu	4,7	4,6	6,2	7	6,2	6,1	9,3	11	13%	18%
Güney ve Orta Amerika	5	6	7	7	5,6	6,7	8	7,2	0%	-10%
Afrika	6,8	4,5	9,2	10	4,1	8,8	6,8	7	9%	3%
Dünya Toplamı	76,9	145,2	95,5	107	129,8	94,4	159,4	177	12%	11%

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014, “Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> (24.Ağustos.2015), s.105, 109

Çin, dünyada hem tekstil ve hem de hazır giyim ihracatında en büyük üretici ve ihracatçı konumunda bulunmaktadır.¹¹⁹ Çin'in tekstil ve hazır giyim ihracatında ilk sırayı, 2013 yılında tekstilde %17, hazır giyimde %11 artışla Asya ülkeleri almaktadır. 2013 yılında Çin'den 97 milyar dolar tekstil ve hazır giyim ürünü ithal etmişlerdir. AB ülkeleri Çin'in ihracatında 2.sırada yer almaktadır. 2013 yılında Çin, AB ülkelerine toplam 59 milyar dolar tekstil ve hazır giyim ürünü ihraç etmiştir. Afrika ise 2013 yılında Çin'in tekstil ve hazır giyim ihracatında 7 milyar dolar ile son sırada yer almaktadır.

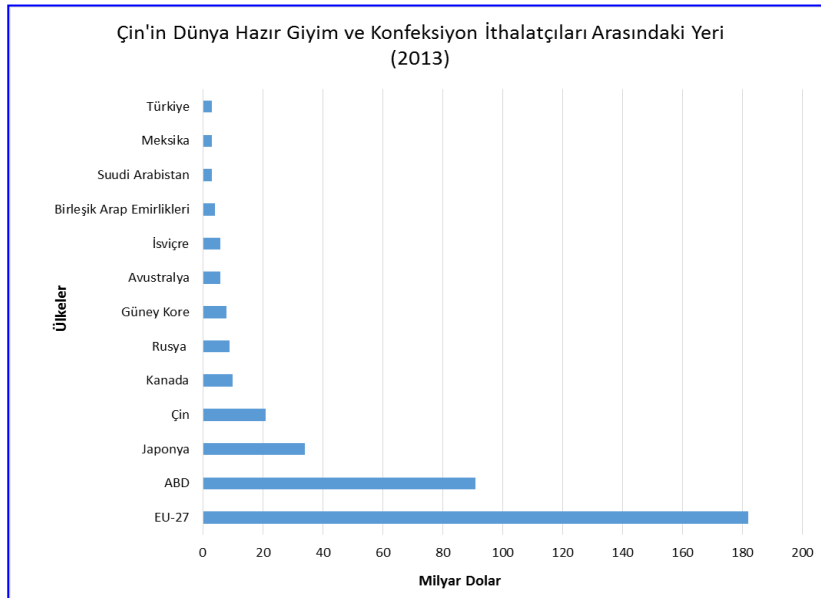
¹¹⁹ Turkishtime, “İhracat Stratejileri, Türkiye Tekstil Ticaretini Seviyor”. Temmuz 2013, s.6



Grafik 6: Çin'in Dünya Tekstil İthalatçıları Arasındaki Yeri (2013 Yılı)

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014, “Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> (25.Ağustos.2015)

2013 yılında dünyada en çok tekstil ithal eden ülkeler arasında Çin, 80 milyar dolarlık tekstil ithalatına sahip AB ülkeleri ve 28 milyar dolarlık tekstil ithalatına sahip ABD'den sonra 22 milyar dolarlık ithalat ile dünya tekstil ithalatçıları arasında 3.sırada yer almaktadır.



Grafik 7: Çin'in Dünya Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatçıları Arasındaki Yeri (2013 Yılı)

Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2014, “Merchandise Trade”, <http://www.wto.org/statistics> (25.Ağustos.2015)

2013 yılında en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal eden ülkeler arasında ise AB ülkeleri 180 milyar doları aşkın ithalat hacmi ile 1.sıradadır. Çin ise 20 milyar doları aşkın ithalat ile dünyada 4.sıradadır.

Tablo 47
Çin Halk Cumhuriyeti'nin En Çok Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler

<i>Birim: Milyon \$</i>	2011	2012	DEĞİŞİM %	PAY %
İtalya	646,8	755,9	16,9	17,2
Kuzey Kore	414,7	439,9	6,1	10
Vietnam	200,8	270,2	34,5	6,1
Türkiye	200	227,7	13,9	5,2
Güney Kore	192,4	198,6	3,2	4,5
Bangladeş	146,2	184,9	26,4	4,2
Japonya	165,8	155	-6,5	3,5
Hong Kong	159,6	144	-9,7	3,3
Endonezya	107	135,6	26,7	3,1
Romanya	118,1	129,2	9,4	2,9
İlk 10 Ülke Toplamı	2.351,80	2.641,50	12,3	60
Dünya Toplamı	3.982,70	4.402,10	10,5	100

Kaynak: <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar>
(21.Temmuz.2014)

2012 yılı itibariyle Çin'in en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ilk 10 ülke yukarıdaki tabloda; İtalya, Kuzey Kore, Vietnam, Türkiye, Güney Kore, Bangladeş, Japonya, Hong Kong, Endonezya ve Romanya olarak sıralanmaktadır. Türkiye, 227,8 milyon dolarlık değer ve %5,2'lik pay ile Çin'in en çok hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği dördüncü ülke konumundadır. Çin'in Türkiye'den yaptığı hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı 2012 yılında bir önceki yıla kıyasla %13,9 oranında artmıştır.

2012 yılında Çin'in ithal ettiği hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 6203 G.T.İ.P başlıklı erkek ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, etekler, blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafeti hariç) ithal ettiği tespiti yapılmıştır.

Tablo 48
Çin'in En Fazla İthal Ettiği Hazır Giyim ve Konfeksiyon Ürünleri (2012 Yılı)

GTİP BAŞLIĞI	TANIM	DEĞER \$	PAY
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR, CEKETLER, BLAZERLER, PANTOLONLAR, ASKILI VE ÜST ÖN PARÇALI TULUMLAR, KISA PANTOLONLAR VE ŞORTLAR (YÜZME KIYAFETİ HARİÇ)	717.258	16,3
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR,CEKETLER,BLAZERLER, ELBİSELER, ETEKLER, PANTOLON ETEKLER,PANTOLONLAR, ASKILI VE ÜST ÖN PARÇALI TULUMLAR, KISA PANTOLONLAR VE ŞORTLAR (YÜZME KIYAFETLERİ HARİÇ)	603.671	13,7
6110	KAZAKLAR,SÜVETERLER,HIRKALAR,YELEKLER VE BENZERİ EŞYA (ÖRME)	398.473	9,1
6202	KADIN VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN MANTOLAR, KABANLAR, KOLSUZ CEKETLER, PELERİNLER, ANORAKLAR (KAYAK CEKETLERİ DAHİL), RÜZGARLIKLAR VE BENZERİ EŞYA (62.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	294.620	6,7
6201	ERKEKLER VEYA ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN PALTOLAR, KABANLAR, KOLSUZ CEKETLER, PELERİNLER, ANORAKLAR (KAYAK CEKETLERİ DAHİL), RÜZGARLIKLAR VE BENZERİ EŞYA (62.03 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	284.161	6,5
ÇİN'İN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI		4.402.145	100

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği AR&GE ve Mevzuat Şubesi, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti, Şubat 2014, [http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=RAPORLAR&urlID=626&dropdownid=raporlar\(25.Ağustos.2015\)](http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=RAPORLAR&urlID=626&dropdownid=raporlar(25.Ağustos.2015)), s.25

En çok ithal edilen diğer ürünler olarak, kadınlar ve kız çocukları için dokuma kumaştan takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, etekler, pantolonlar, kazaklar ve süveterler, kadın ve kız çocuklar için mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler,

pelerinler ile erkek ve erkek çocuklar için paltolar, mantolar, kolsuz ceketler, anoraklar olarak sıralanmaktadır.

Türkiye'nin Çin ile dış ticaretini hazır giyim ve konfeksiyon ticareti ile birlikte değerlendiren tablo aşağıda yer almaktadır. Çin ve Türkiye arasındaki genel dış ticaret 2013 yılında 28,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında Çin, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 238 ülke arasında 11.sırada yer alırken, en fazla ithalat yaptığı 238 ülke içerisinde 2.sırada yer almaktadır. Bu verilere bakıldığında Çin, Türkiye için oldukça önemli bir ticari partnerdir ve iki ülke arasındaki ticaret, Çin lehine gelişme göstermektedir.

Tablo 49
Çin ve Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Birim: \$	2012 YILLIK	2013 YILLIK	DEĞİŞİM %
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NE İHRACAT	2.833.255.270	3.602.108.522	27,1
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	152.461.736.556	151.868.550.560	-0,4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN PAYI %	1,9	2,4	
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NDEN İTHALAT	21.295.241.830	24.686.553.789	15,9
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	236.545.140.909	251.650.560.072	6,4
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN PAYI %	9	9,8	
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	48.454.410	56.120.679	15,8
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	15.753.400.255	17.166.571.728	9
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN PAYI %	0,3	0,3	
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NDEN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	860.955.081	895.299.487	4
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	2.502.472.382	2.971.396.450	18,7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN PAYI %	34,4	30,1	

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği AR&GE ve Mevzuat Şubesi, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti, Şubat 2014, [http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=RAPORLAR&urlID=626&dropdownid=raporlar\(25.Ağustos.2015\)](http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=RAPORLAR&urlID=626&dropdownid=raporlar(25.Ağustos.2015)), s.27

2013 yılında 28,3 milyar dolar olan Türkiye-Çin dış ticaret hacminin 951.4 milyar dolar ile %3,4'lük kısmını hazır giyim ve konfeksiyon dış ticareti oluşturmaktadır. Bu

rakamın ise 895,3 milyon dolar ile ağırlıklı kısmını Çin'den yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı oluşturmaktadır. 2013 yılında Türkiye'nin Çin'e ihracatı %27,1 oranında artmış ve 3,6 milyar dolar seviyesine yükselmiştir.



İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

2.1.Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Tarihsel Gelişimi

Dünyada pamuklu dokumacılığın kaynağı Orta Asya ve Çin’dir. Anavatanları Orta Asya olan Türkler, dokumacılığı Orta Asya’da öğrenmişlerdir. Türk boylarının Orta Asya’dan Batı’ya göç etmeleri de, pamuklu dokumacılığın Batı’ya doğru yayılmasını sağlamıştır. 1071 yılında kazanılan Malazgirt Zaferi ile Türklerle birlikte pamuklu dokumacılık etkinliği de Anadolu’ya girmiştir.¹²⁰ İran ve Suriye’deki diğer dokumalarıyla ünlü bölgelerle yapılan ticaretin sonucunda buralardan da yeni teknikler, kumaş çeşitleri zamanla Anadolu’ya aktarılmıştır.¹²¹ Önemli gelişmeler gösteren üretim geleneksel bir sanayi dalı haline gelmiştir. Tarihsel gelişimine bakıldığında; ev ekonomisi şeklinde oluşan küçük üretim birimlerinin zamanla büyük ölçekli birimler haline dönüştüğü görülmektedir.¹²²

Göçmen bir kavim olan Türkler gittikleri her yere bildikleri ve uyguladıkları öğretileri de götürmüşlerdir. 1071 Malazgirt Zaferinden sonra, Anadolu toprakları üzerinde bir taraftan Türk devletleri filiz verirken diğer taraftan da pamuklu dokumacılık gelişmiştir.¹²³

2.1.1. Osmanlı Dönemi Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı

Osmanlı Devletinde, sermaye birikiminin sanayileşme sürecine zemin hazırlayacak bir düzeye ulaşamaması yanında, teknik bilgi ve becerinin de çok sınırlı olması, Osmanlı’da sanayileşmenin devlet öncülüğünde gerçekleştirilmesini zorunlu

¹²⁰ Türkan, s.49

¹²¹ Halil İncelik, *Türkiye Tekstil Tarihi Üzerine Araştırmalar*, 1.Baskı, İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2008, s.21

¹²² Aras, s.9

¹²³ Türkan, s.49

kılmıştır. Osmanlı Döneminde sarayın ve ordunun ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak devlet tarafından kurulan ve özellikle dokuma ve deri sektörlerinde yoğunlaşan Feshane (Defterdar), Basmahane (Bakırköy), Hereke ve Beykoz Fabrikaları doğrudan doğruya birer Kamu İşletmesi olarak faaliyet göstermişlerdir.¹²⁴ Bunun yanında ilk dokuma fabrikası 1850 yılında İzmir’de Belçika sermayesi ile kurulmuştur.¹²⁵

Osmanlı Döneminde pamuklu dokumacılığın gelişmesinde etkili olan iki etmen üretim ve pazar durumudur. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu’nun genişleme döneminde üretim hep loncalar kanalıyla yönlendirilmiştir. Loncalar, bir taraftan fiyatları ve ürün kalitesini sürekli denetim altında tutarken, diğer taraftan da ekonomik kaynakların daha akılcı kullanılmasını sağlamışlardır. Hammadde gereksinimlerinin düzenli olarak karşılandığı lonca düzeninde dikkat çeken en önemli özellik üretiminin düzenliliğidir. Anadolu pamuklu dokuma ürünlerinin en büyük iki pazarı, Anadolu’da yaşayan halk ve yine Anadolu üzerinden geçen ticaret kervanları olmuştur. Çin’den başlayarak Avrupa içlerinde sona eren İpek Yolu üzerinde çok önemli bir konumda bulunan Anadolu, gelişmiş sanayisi ile Avrupalı tüccarlara iyi bir arz kaynağı oluşturmıştır.¹²⁶

Selçuklular ve ardından gelen Osmanlılar döneminde, özellikle ipek, ipekli dokuma en önemli ticaret ürünü haline gelmiştir. İpekli, ipekli-pamuklu, pamuklu ve yünlü dokumalar olarak başlıca dört kategoriye ayrılan Osmanlı Tekstil Sektörü, iç ve dış pazar olanaklarıyla, yüzyıllar boyunca imparatorluğun en önemli gelir kaynaklarından birisini teşkil etmiştir. İpekli, pamukluların dışında zamanla yün, kenevir ve ketenden üretilen dokumaların da çeşitli kentlerde birer sanayi dalına dönüştüğü gözlenmiştir. Kirbas* ve tülbent üretiminde Kastamonu, Amasya, Tokat, Çorum, Burdur, Isparta, Konya, Karaman, Kayseri, Tire, Bergama, Denizli, Menemen, Akhisar ve Nazilli öne çıkan kentler olmuştur.¹²⁷

¹²⁴ Özgür, s.2

¹²⁵Rezan Tatlıdıl, **Oniki üyeli AT’ye Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Geliştirilmesinde Pazarlama Karmasının Oluşturulması**, İzmir: İstiklal Matbaası, 1987, s.37

¹²⁶ Türkan, s.49

¹²⁷ İnalçık, s.22

*Pamuk veya keten ipliğinden üretilen bir tür dokuma kumaş.

Geniş Osmanlı coğrafyası üzerinde, hammadde ve dokuma merkezleri olarak, tekstil üretimi birkaç bölgede yoğunlaşmıştır.

1. Makedonya ve Selanik Kumaş Dokuma Bölgesi
2. Batı Anadolu Kumaş Dokuma Bölgesi
3. Karadeniz Kumaş Dokuma Bölgesi
4. Güneydoğu Anadolu ve Kuzey Suriye Kumaş Dokuma Bölgesi

Bu bölgeler arasında yer alan Güneydoğu Anadolu ve Kuzey Suriye Kumaş Dokuma Bölgesi'nin köklü bir geçmişi vardır. Daha çok ipekli ve ipekli-pamuklu ürünler üzerinde yoğunlaştığı gözlenmiştir. XIX. yüzyılın başlangıcından itibaren bölgede pamuklu dokumalar da giderek artan bir yoğunluk kazanmıştır. Osmanlı Döneminde 1915 yılında 22 sanayi işyerinin 18'i (%81,8), 28 anonim şirketinin 10'u (%35,7), 214 özel sektör işyerinin 45'i (%20,7) ve toplam 264 sanayi işyerinin 73'ü (%27,7) dokumacılık alanında faaliyet göstermiştir.¹²⁸

2.1.2. Cumhuriyet Dönemi ve Sonrası Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı

1922 yılında ülkedeki toplam 32.721 işyerinin, %62,3'ü dokumacılık üzerine çalışıyordu. Bu işyerlerinde çalıştırılan toplam 75.411 işçinin ise 35.316'sı yani %46,83'ü dokumacılık alanında istihdam ediliyordu. İşyeri başına düşen işçi sayısı ise yalnızca 1,76 idi. Dokumacılık 1920'li yıllarda küçük üretim birimlerinde yürütülüyordu. Türkiye bu yılların başında, kendi pamuklu dokuma gereksiniminin yalnızca %10'unu karşılayabiliyordu. Bu yıllarda kurulu iğ kapasitesinin toplam 82.044 adet olduğu bilinmektedir. Bu kapasitenin sadece %83'ü çalışır durumdaydı.¹²⁹

¹²⁸Türkan, s.54

¹²⁹Yaşar Ertuğ, **Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**, İstanbul: İtkib Yayınları, 1993, s.35

1923-1931 yılları arasında kurulan Türk dokumacılık üretim birimleri incelendiğinde bu üretim birimlerinin merkezlerinin, İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerin dışında kalan kentlerde kurulu olduğu dikkat çekmektedir.¹³⁰

Tablo 50
1927 Yılı Sanayi Sayımı Sonuçları

	Sanayi	Dokumacılık
İstihdam (Kişi)	256.818	48.025
İşyeri Sayısı	65.223	9.353
Kullanılan hammaddenin toplam hammadde kullanımı içindeki payı (%)	100	17.1
Yaratılan değer toplam değer içindeki payı (%)	100	18.7

Kaynak: T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2008, <http://www.eaf.ku.edu.tr> (23.07.2015), s.6

1927 yılında yapılan ilk genel sanayi ve işyerleri sayımı¹³¹ sonuçlarına göre Türkiye'nin maden ve tarım sektöründen sonra söz konusu dönemdeki üçüncü büyük sektörü dokuma sektörüdür.

1933-1945 döneminde ekonomide görülen başarılı büyüme ile devletçilik yaklaşımı ile devletin tekstil üretim ve tüketimi içerisindeki rolü artmıştır. Bu politika uyarınca üretim, tarımsal üretime bağlı tutulmaktadır. Bu nedenle tekstilde ilk desteklenen üretim pamuk olmuştur ve bu durum dokumacılık sektörünün önemini arttırmıştır.¹³² Toplam istihdamın %18,7'sinin dokumacılık sektöründen sağlandığı görülmektedir. Ayrıca Türkiye'de 1930'lardan itibaren devletçilik esaslarına dayalı planlı sanayileşme ile yapılan yatırımlar sonucunda tekstil-giyim tüketiminin yerli üretim tarafından karşılama oranı sürekli artarak 1950'de ülke tüketiminin %80'ini karşılar olmuştur. Bu gelişme Türkiye'nin dış ticaretine de çok önemli bir etki

¹³⁰ Türkan, s.56

¹³¹ T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2008, <http://www.eaf.ku.edu.tr>, s.6, (23.07.2015)

¹³² İ.Hakkı Eraslan ve İsmail Bakan, "Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı.13, Bahar 2008, s.272

yapmıştır. Nitekim 1930’larda ithalatımızın %30’una yakını tekstil ürünlerinden oluşurken, bu oran 1940’ta %14’e, 1950’de ise %10’a düşmüştür.¹³³

Tablo 51
Cumhuriyet Döneminde Devralınan Fabrikalar ve Kapasiteleri

Fabrikalar	Kuruluş Yeri ve Tarihi	Çalışan İşçi Sayısı	Dokuma Tezgahı
Mavromati Fabrikası	Tarsus 1987	5.000	-
Tirpani Fabrikası	Adana 1904	3.220	80
Milli Mensucat Fabrikası	Adana	3.000	51
Rasim Bey Fabrikası	Tarsus 1911	7.000	131
Şark Sanayi Kumpanyası	İzmir 1885	16.000	-
İzmir Pamuk İmalatı	İzmir 1885	14.000	50
Bakırköy Bez Fabrikası	İstanbul 1850	6.400	100
Yedikule iplik Fabrikası	İstanbul 1850	13.864	-
Toplam		82.044	762

Kaynak: Sezin Yılmaz, “Türkiye’de Tekstil Sanayinin 1980-2000 Yılları Arasındaki Durumu ve Mekansal Dağılımı”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE, 2006), s.7

Daha önce de belirtildiği üzere, ilk tekstil fabrikası ordunun ihtiyacını karşılamak üzere 1835’de İstanbul’da kurulan Feshane fabrikasıdır. Özel sektör tarafından ilk kurulan fabrika ise 1950’de o zamanki adıyla Basmane, Sümerbank Bakırköy fabrikasının çekirdeğini oluşturmuştur. Sanayi Islah Komisyonlarınca (1861, 1864, 1866) alınan koruma tedbirlerine rağmen 1908 yılına kadar tekstil sanayinde çöküntü devam etmiş, devlet elinde kurulanlar dışında bir takım sanayii tesisi kapatılmak zorunda kalmıştır.¹³⁴ Bu gelişmeler sonucunda sanayi; Cumhuriyet dönemine, beş tanesi yabancılar ve azınlıkların elinde olan sekiz pamuk ipliği fabrikası ile girmiştir. Bu fabrikalar Türkiye’de Pamuk ipliği ve Pamuklu Mensucat Sanayi

¹³³ Abdullah Uğur, “Türkiye’nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2004, Sayı 2, <http://www.ankara.edu.tr>, (23 Ekim 2014), s.34

¹³⁴ Aras, s.60

Odaları Birliği'nin 1958 yılındaki kayıtlarına göre Mavroti, Tirpani, Milli Mensucat, Rasim Bey, Şark Sanayi Kumpanyası, İzmir Pamuk İmalatı, Bakırköy Bez Fabrikası ve Yedikule İlik Fabrikası idi. Bu dönemde tekstil sanayinin envanteri, 82.044 iğ ve 762 tezgahdan ibarettir.¹³⁵

Cumhuriyet döneminde Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile (1931-1934) Türk tekstil sanayiinin geliştirilmesine ilişkin çabaların yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu dönemde, kurulan işletmelere kalifiye eleman yetiştirilmesi, devlet sermayesiyle kurulan bütün işletmelerin etüd ve planlarının hazırlanması ve yönetimi, kurulmuş ve kurulacak sınaî işletmelere kredi açmak ve memleketimizde sanayii öncülüğünü yapmak üzere kurulan Sümerbank (1933) ile teknolojik bilginin yayılma süreci hızlandırılmıştır.¹³⁶ Devlete ait tüm tekstil üretimi Sümerbank altında toplanmış, Sümerbank zamanla yeni fabrikalar açmıştır.¹³⁷

Devlet kurumlarıyla özel sermaye kurumlarının yan yana çalıştıkları bu sanayi kolunda devlet işletmelerinin, mamul niteliklerini düzeltici, maliyetleri düşürücü tedbirlerle, programlama tekniğinde yapılacak gerekli gözden geçirmelerle, ellerindeki üretim imkânlarını en verimli şekilde kullanmaları Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının hedeflerinden biri olmuştur.¹³⁸ İzleyen dönemde, devletin ekonomideki öncülüğünün artması ile birlikte tekstil sektörüne önemli yatırımlar yapılmış, yasal düzenlemelere gidilmiş ve 1946 Kalkınma Planı ile mevcut fabrikaların genişletilmesi ve modernizasyonu sonucu sektörün kapasitesinde ciddi bir artış gözlenmiştir. Özellikle 1950'li yıllarda verilen teşviklerle özel sektörün üretimi Sümerbank üretimini aşmıştır.¹³⁹

Özellikle 1960'lı yıllardan itibaren tekstil sanayii Türkiye için önem taşımaya başlamıştır. Bunun nedeni yetiştirilen pamuğun kalitesinin iyi olması, üretim düzeyinin yüksekliği ve iç pazarda pamuklu dokuma tüketiminin üretim miktarından daha düşük oluşudur. Bu dönemde Türkiye pamuk üretiminde dünyada 6., verimlilik yönünden ise

¹³⁵ Türkan, s.55

¹³⁶ Özgür, s.2

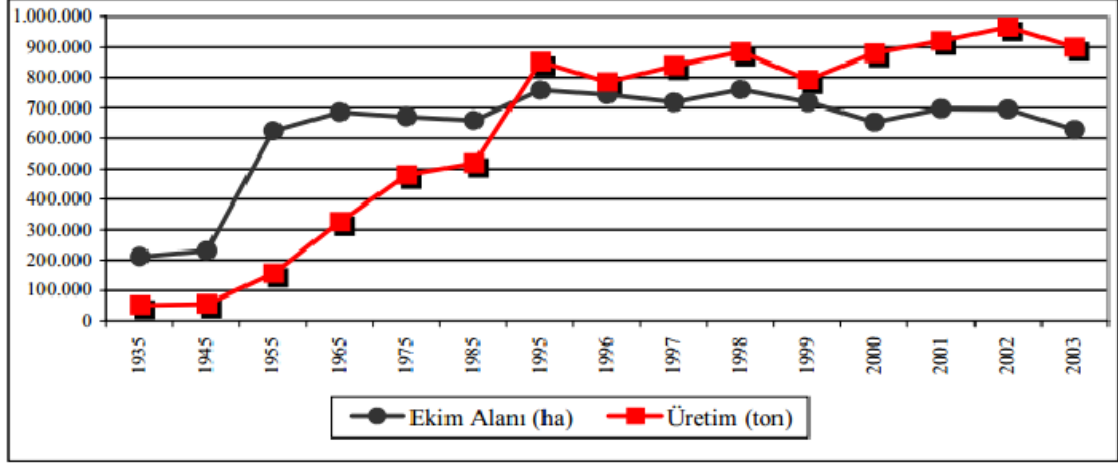
¹³⁷ Eraslan ve Bakan, s.273

¹³⁸ DPT, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967), 1963, <http://www.kalkinma.gov.tr>, (23 Ekim 2014), s.257

¹³⁹ Aras, s. 61

4. sırada yer almaktadır.¹⁴⁰

Türkiye’de, son 70 yıla ilişkin pamuk ekim alanı ve üretimindeki gelişmeler Şekil 5’de verilmiştir.



Şekil 5: Türkiye’de Yıllara göre Pamuk Ekim Alanı ve Üretimi

Kaynak: Oktay Gençer ve Diğerleri, Türkiye’de Pamuk Üretimi ve Sorunları, www.zmo.org.tr, (15 Ekim 2014), s.3

Şekil 5’de; Üretimin özellikle 1945’li yıllardan sonra hızlı bir yükselişe geçtiği, bu yükselişin 1990-2000’li yıllar arasında yaklaşık 800.000 ton ile 900.000 ton arasında değişim gösterdiği; 2000’li yıllarda 900.000 tonun üstüne çıktığı; 2003 yılında ise bir azalışın olduğu dikkati çekmektedir. Pamuk ekim alanlarında önemli bir artış olmamasına karşın son yıllardaki pamuk üretim artışı, birim alandan elde edilen verim yüksekliğinden ileri gelmektedir.¹⁴¹

1960 sonrasında tekstilin Avrupa Topluluğu ile bütünleşmede çok önemli olduğu inancı yerleşmeye başlamış ve büyük yatırımlar yapılmıştır.¹⁴² Bu anlayışla birlikte 1960 ve 1970’lerde görülen sanayileşme çabaları Türkiye’de modern tekstil sanayinin kurulmasını sağlamıştır.¹⁴³ Ayrıca Türkiye Sınai Kalkınma Bankası’nın sağladığı krediler, tekstil ve hazır giyim sektörünün gelişmesine hız kazandırmış ve

¹⁴⁰ Tatlıdil, s.37

¹⁴¹ Oktay Gençer ve Diğerleri, Türkiye’de Pamuk Üretimi ve Sorunları, www.zmo.org.tr, (03 Şubat 2014), s.3

¹⁴² Özgür, s.3

¹⁴³ Eraslan ve Bakan, s.274

sektör 1960’ın sonlarına doğru ülke tüketimini bütünüyle karşılar hale gelmiştir.¹⁴⁴

Dokuma ve giyim sanayinde 1963 yılında 80 milyon TL, 1964 yılında 160 milyon TL, 1965 yılında 190 milyon TL, 1966 yılında 220 milyon TL, 1967 yılında 260 milyon TL olmak üzere toplam 910 milyon TL yatırım yapılmıştır.¹⁴⁵ 1963-1972 yılları arasında sektör istikrarlı bir şekilde büyümüştür. Bu dönemde sektör, ekonominin çekici gücü haline gelmiş ve ilk defa tekstil ihracatı başlamıştır. Planlı dönemde yapılan yatırımlar artış göstererek, sektör istikrarlı bir şekilde büyümüştür. Yapılan yatırımlar sektörün gelişmesine yardımcı olmakla birlikte, Türk tekstil sektörü yatırım patlamasını 1960 - 1980’li yıllarda gerçekleştirmiştir.¹⁴⁶

Bu dönemde ekonomik alanda planlı kalkınma esası kabul edilmiş ve Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuştur. Ekonominin beşer yıllık planlarla düzenlenmeye başladığı ve Planlı Kalkınma Dönemi’nin başlangıcı olarak nitelendirilebilecek 1960’lı yıllarda Türkiye’nin uygulamış olduğu sabit kur politikası neticesinde yurtiçi fiyat artışlarının yurtdışı fiyat artışları üzerinde seyretmesi Türk Lirasının aşırı değerlenmesine neden olmuştur. Yine bu dönemde kambiyo rejimi katı kontrollere tabi tutulmuş, ithal talebini kontrol altına almak için miktar kısıtlamaları, ithali yasak mallar listesi ithalat rejiminin en önemli araçları olmuştur. Söz konusu politikalar sonucunda ortaya çıkan ihracat aleyhine gelişmeler, ihracatı teşvik tedbirleri uygulanmasını gerekli kılmıştır.¹⁴⁷

2.1.3. 1980 ve Sonrası Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı

Türkiye’nin 1980’den itibaren ihracatının giderek artmasında; dışa açılma politikasıyla birlikte, ihracata dayalı bir sanayileşme politikasının teşvik edilmesi etkili olmuştur. Tarım ürünleri ağırlıklı olan ihracat yapısından uzaklaşarak sanayi ürünleri ağırlıklı bir yapı oluşmuştur.

¹⁴⁴ Yener Yücel, “Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil Ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdidi”, **Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi**. Cilt XXIX, Sayı II, 2010, s.230

¹⁴⁵ DPT, s.261

¹⁴⁶ Özgür, s.3

¹⁴⁷ G. Müge Varol, “Cumhuriyetin 80.yılında 1923-2003 Türk Dış Ticaretinin Gelişiminin Kısa Tarihçesi”, **Dış Ticaret Müsteşarlığı Dergisi**. 2003, s.162-170.

Tablo 52

Türkiye'nin Tekstil-Hazır Giyim İhracat ve İthalatı (1980-2003)

Hata! Bağlantı geçersiz.**Kaynak:** Abdullah Uğur, “Türkiye’nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2004, Sayı 2, <http://www.ankara.edu.tr> (23 Ekim 2014), s.37

Toplam ihracatımız içinde 1980 yılında tarım ürünleri tek başına % 64,7’yi oluştururken sanayi ürünleri % 25.8 oranında kalmıştır. Buna karşın 1980 yılında % 25,8 olan sanayi ürünleri ihracatı 1990’da % 67,7’e, 2000’de % 81,7’e ve 2003 yılında % 83,9’a kadar yükselmiştir. Sanayi ürünleri içinde devamlı olarak en büyük oranı tekstil-hazır giyim sektörü oluşturmuştur.¹⁴⁸

Tekstil-hazır giyim sektörünün 1980’lerde ihracatta bu derece kendisini göstermesinin nedenini Osmanlı’nın son dönemlerinden itibaren ithalatının neredeyse yarısını tekstil-giyim ürünlerinin oluşturması açıklamaktadır. Bu ürünlerin ithalatı yerine cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ithal ikameci stratejisine uygun olarak başlangıçta devlet eliyle daha sonrada özel sektöre verilen teşviklerle yapılan yatırımlar etkili olmuştur. Ayrıca tekstil- hazır giyim sanayisinin çok büyük sermaye gerektirmemesi, ülkenin bu sanayi için hammadde ve işgücü açısından yeterli kapasiteye sahip olması üretimin hızla artmasının diğer bir nedenini oluşturmuştur. Yapılan yatırımlar sonucunda 1970’lerden başlayarak ülke iç tüketimini bütünüyle karşılayan bu sektör, özellikle 1980’den itibaren ihracata yönelik sanayileşme stratejisinin benimsenmesi ve bu yöndeki teşviklerin de artmasıyla birlikte ihracatının da giderek yükselmesini sağlamıştır.¹⁴⁹ Sonuç itibariyle Tekstil ve hazır giyim sektörü 1980’lerde hızla büyümüş ve ihracatta en yüksek paya sahip sanayi haline gelmiştir. Ayrıca sağladığı döviz girdisi ile ekonomik büyümede etkili olmuştur. 1980’lerin ortalarında görülen ihracata bağlı büyüme politikaları ve serbestleşme çalışmaları bu büyümenin çıkış noktasını oluşturmaktadır.¹⁵⁰ Diğer taraftan sektör; ülke istihdamını arttırmasının yanında, ödediği sigorta primleri ve vergiler ile ekonominin, sağlam gelir kaynaklarına sahip olmasına büyük katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, hazır giyim sektöründe meydana gelebilecek bir darboğazın, Türk ekonomisinde ve sosyal

¹⁴⁸Uğur, s.37

¹⁴⁹Uğur, s.38

¹⁵⁰Eraslan ve Bakan, s.274

dengelede büyük sorunlar yaratacak güçte olduğu açıkça ortadadır.¹⁵¹ Özetle günümüzde; Türk Tekstil ve hazır giyim sektörü, mevcut hammadde kaynakları ve sanayileşme hamlesinin bu sektörde erken başlatılmış olmasından ötürü, hazır giyim sektörünün her alanında dünyada önemli üreticilerden biri konumuna ulaşmış bulunmaktadır.

Tablo 53
Türk Tekstil Ürünleri İhracatının Durumu (Milyon \$)

	1980	1981	1982	1983	1984
Toplam İhracat	2.910,1	4.702,9	5.766,0	5.727,8	7133,6
Sanayi Ürünleri İhracatı	1.047,4	2.290,1	4.429,4	3.658,3	5145,0
Tekstil Ürünleri İhracatı	424,3	802,8	1.056,3	1.299,1	1872,9
Tekstil İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (%)	14,6	17,1	18,4	22,7	26,0
Tekstil Sanayi Ürünleri İhracatı İçindeki Payı (%)	40,5	35,0	30,8	35,5	30,4
AET'ye Toplam İhracat	1.242,1	1.502,9	1.755,4	2.010,0	2731,7
AET'ye Tekstil İhracatı	296,5	435,5	607,5	769,1	973,6
Toplam İhracat İçinde AET'nin Payı (%)	42,7	32,0	30,6	35,1	38,3
Toplam Tekstil İhracatı İçinde AET'ye Tekstil İhracatının Payı (%)	69,9	54,3	57,5	59,2	67,0

Kaynak: Rezan Tatlıdil, 12 Üyeli AT'ye Tekstil ve Hazır Giyim İhracatçısının Geliştirilmesinde Pazarlama Karmasının Oluşturulması, 1.Baskı, İzmir: İstiklal Matbaası, 1987, s.40

Tablo 53'de; Tekstil ihracatının durumu ve AET içindeki payı ayrıntılı olarak gösterilmiştir. Buna göre tekstilin toplam ihracat içindeki payı 1980-84 yılları arasında %11.4 artarken sanayii ürünleri içindeki payı ise aynı dönemde %10.1 oranında azalmıştır. Bunun nedeni tarıma dayalı sanayii mamullerinde özellikle gıdada görülen ihracat artışıdır. Tablodaki verilere göre AET'ye toplam ihracatımız 2.12 kat artarken, AET'ye tekstil ihracatının 3.3 kat arttığı ortaya çıkmaktadır. Böylece AET'ye olan ihracat artışında tekstil mamullerinin payının artmakta olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşılık toplam ihracatımız içinde AET'nin payı giderek azalırken (%4.4), toplam tekstil

¹⁵¹ ARI, s. 197

ihracatımız içinde AET'nin payı da azalma eğilimi (%2.9) göstermektedir. Bu durum Türkiye'nin AET ile olan dış ticaretinin zayıflamakta olduğunu ve Türkiye'nin AET dışı bazı ülkelerde dış ticaret ilişkilerine girdiğini, AET ile olan ilişkilerinde ise tekstil dışındaki tarıma dayalı sanayii ürünlerine de önem verilmeye başladığını göstermektedir.¹⁵²

Türkiye 1980li yılların başında daha çok iplik, elyaf, kumaş vb. tekstil ürünleri ihraç ederken, 1990lı yıllarda ihracatta konfeksiyonun ağırlığı artmıştır. Tekstil sektörü, 1980'lerden 1990'lı yıllara gelene kadar sürekli bir artış gösterirken, daha sonra yaşanan yüksek enflasyon nedeni ile zayıflama sürecine girmiştir. Fakat bu açık konfeksiyon ile giderilmiştir. Konfeksiyon sektörü, 1980'li yıllardan itibaren dışa açık sanayileşme modelinin getirdiği yapısal değişimlerle son derece hızlı bir gelişme göstermiş ve Türk dış ticaretinde en yüksek performans gösteren sektör konumuna ulaşmıştır. Sektörün 1990 yılından itibaren toplam ihracattaki payı sürekli artış eğilimindedir.¹⁵³ 1980'lerde başlayan dışa açılma sürecinden en çok yararlanan sektörlerin başında gelen tekstil ve hazır giyim sektörü, dünya ticaretinde 1980-1999 döneminde %175 artarak yaklaşık 2 Trilyon Dolardan 5,5 Trilyon Dolara yükselmiştir.¹⁵⁴

Bu gelişmeler ışığında; Türkiye'nin 1980 yılında 2,9 milyar dolar olan ihracatı 1980-1990 döneminde ortalama yüzde 16,1 oranında artmıştır. Bu artış sanayii ürünlerinde yüzde 27,9 olarak gerçekleşmiştir. Yıllık ortalama artış hızı 1990-1999 döneminde yüzde 8,3'e gerilemiştir, ancak, bu artış bile bu dönemde yüzde 5,6 olan dünya ticareti ortalama artış hızının oldukça üzerindedir.¹⁵⁵

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü teknoloji düzeyi, ekonomik etkinliği ve sosyal etkileşimi itibariyle ülkenin önde gelen sosyo-ekonomik faaliyet alanlarından biridir. Sektörün bu konumunu önümüzdeki yıllarda da koruması, geliştirmesi beklenmektedir.¹⁵⁶ Tekstil sektörünün ürün kalitesi ve üretim teknolojisi çağdaş dünya standartlarındadır. Üretimin yaklaşık 3/4'ü on yaşımdan daha genç makine ve teçhizatla

¹⁵² Tatlıdil, s.39

¹⁵³ Aras, s.82

¹⁵⁴ Orkun Özbek, **AB Yolunda Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü**, İzmir: İzmir Ticaret Odası, 1996, s.4

¹⁵⁵ Nebioğlu, s.18

¹⁵⁶ Türkan, s.69

gerçekleştirilmektedir. 2000 yılında Türkiye tekstil üretiminde 7. büyük üretici, iplikte ise 6. büyük ülke konumuna gelmiştir. Özellikle iplik üretiminde 2000 yılında 1.3 milyon ton üretimle dünyadaki toplam üretimin 4/5'ini gerçekleştirmiştir.¹⁵⁷

Tablo 54
Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye Toplam İhracatındaki Payı

YIL	TOPLAM İHRACAT (1000 \$)	KONFEKSİYON İHR. (1000 \$)	KONF.'UN PAYI %	TEKSTİL İHR. (1000 \$)	TEKS'İN PAYI %	TEKS + KONF İHR. (1000 \$)	T+K'NİN PAYI %
1980	2.910.000	106.000	3,6	671.000	23,1	777.000	26,7
1981	4.703.000	302.000	6,4	915.000	19,5	1.217.000	25,9
1982	5.746.000	367.000	6,4	1.069.000	18,6	1.436.000	25,0
1983	5.728.000	544.000	9,5	1.055.000	18,4	1.599.000	27,9
1984	7.134.000	989.000	13,9	1.181.000	16,6	2.170.000	30,4
1985	7.958.000	936.000	11,8	1.151.000	14,5	2.087.000	26,2
1986	7.457.000	1.069.000	14,3	1.043.000	14,0	2.112.000	28,3
1987	10.190.000	1.728.000	17,0	1.133.000	11,1	2.861.000	28,1
1988	11.662.000	2.127.000	18,2	1.334.000	11,4	3.461.000	29,7
1989	11.625.000	2.448.000	21,1	1.338.000	11,5	3.786.000	32,6
1990	12.959.289	2.898.349	22,4	1.424.249	11,0	4.322.598	33,4
1991	13.593.539	3.219.350	23,7	1.374.357	10,1	4.593.707	33,8
1992	14.365.414	4.009.615	27,9	1.369.322	9,5	5.378.937	37,4
1993	15.345.000	4.157.997	27,1	1.457.490	9,5	5.615.487	36,6
1994	18.107.000	4.490.043	24,8	1.944.818	10,7	6.434.861	35,5
1995	21.637.041	6.188.502	28,6	2.130.665	9,8	8.319.167	38,4
1996	23.224.465	6.344.252	27,3	2.352.142	10,1	8.696.394	37,4
1997	26.261.072	7.088.669	27,0	2.730.421	10,4	9.819.090	37,4
1998	26.973.952	7.644.051	28,3	2.811.763	10,4	10.455.814	38,8
1999	26.588.264	7.145.053	26,9	2.733.641	10,3	9.878.694	37,2
2000	27.774.906	7.250.960	26,1	2.845.184	10,2	10.096.144	36,3
2001	31.334.216	7.332.107	23,4	3.060.647	9,8	10.392.754	33,2
2002	36.059.089	8.945.787	24,8	3.203.744	8,9	12.149.531	33,7
2003	47.252.836	11.171.096	23,6	3.943.426	8,3	15.114.522	32,0
2004	63.167.153	12.643.690	20,0	4.952.092	7,8	17.595.782	27,9
2005	73.476.408	13.411.464	18,3	5.477.039	7,5	18.888.503	25,7

Kaynak: DTM Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirmeler Genel Müdürlüğü, www.dtm.gov.tr (02.11.2013); İTKİB, 1980'den 2007'ye Tekstil-Konfeksiyon İhracat-İthalat İstatistikleri, www.itkib.org.tr (25.10.2014)

Tabloda 1980 yılında 106 milyon dolar ile konfeksiyonun toplam ihracat içindeki payı %3,6, tekstilin ise 671 milyon dolar ile toplam ihracatta %23,1 lik paya sahip olduğu görülmektedir.

1990 yılında konfeksiyon ihracatı 2.898.349.000 dolar ile toplam ihracattaki oranda %22,4 lük paya sahipken, tekstil ihracatı 1.424.249.000 dolar ile %11,00 lik

¹⁵⁷ Görgülü, s.5

paya sahip olmuştur. Tekstil ihracatının payı 1980 yılına oranla düşüş göstermesine rağmen, konfeksiyon ve tekstil ihracatının, toplam ihracat içindeki payı artarak %33,4 olmuştur. 2000 yılında bu oran %36,3 ile artmaya devam etmiştir. 2000’li yıllardan sonra tekstil sektörü tekrardan ihracatta atağa kalkmıştır. Bunun en büyük nedenlerinden biri de TL’nin yabancı para karşısında değer kaybetmesi ve ihracatın artmış olmasıdır. Sektörü ayakta tutan konfeksiyon üretimi, neredeyse her dönem, bir önceki döneme göre artış sağlamıştır.¹⁵⁸

2005 yılına gelindiğinde ise konfeksiyon ihracatı 13.411.464.000 dolar ile %18,3, tekstil ihracatı 5.477.039.000 dolar ile %7,5 orana sahip olmuştur. Tekstil ve konfeksiyon ihracatının toplam ihracat içindeki payı, son beş yıla oranla %10,6 lık bir düşüş ile %25,7’ye gerilemiştir. Tekstil ihracatının seyrine bakıldığında, tekstil ihracatı artmasına rağmen, artış hızının düştüğü ve sektörün genel ihracattan aldığı payın da azaldığı görülmektedir.¹⁵⁹ Bu durum Türkiye’nin bir konfeksiyon üretim yeri olduğunu göstermektedir. Tekstil sektöründe Türkiye’nin dışa bağımlı bir ülke konumunda olduğu görülmektedir. Hammaddesinden makineye kadar her şey dışarıdan ithal edilmektedir. Bu açık konfeksiyon üretimi ile kapatılmış ve Türkiye’nin bir fason üretim merkezi olmasını sağlamıştır.¹⁶⁰

¹⁵⁸ Özgür, s.3

¹⁵⁹ İTKİB, **Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi**, İstanbul, 2006, s.15

¹⁶⁰ Arı, s.197

Tablo 55
Tekstil ve Konfeksiyon İthalatının Türkiye Toplam İthalatındaki Payı

YILLAR	TOPLAM İTHALAT (1000 \$)	KONFEKSİYON İTH. (1000 \$)	KONF.'UN PAYI %	TEKSTİL İTHALATI (1000 \$)	TEKS'İN PAYI %	TEKS.+KONF. İTH. (1000 \$)	T+K'NİN PAYI %
1985	11.343.000	1.467	0,01	287.839	2,54	289.306	2,55
1986	11.105.000	2.136	0,02	334.484	3,01	336.620	3,03
1987	14.158.000	2.309	0,02	548.491	3,87	550.800	3,89
1988	14.335.000	3.050	0,02	521.338	3,64	524.388	3,66
1989	15.762.573	6.617	0,04	624.280	3,96	630.897	4,00
1990	22.302.000	17.984	0,08	1.049.012	4,70	1.066.996	4,78
1991	21.047.000	26.516	0,13	872.912	4,15	899.428	4,27
1992	22.871.000	35.067	0,15	1.189.310	5,20	1.224.377	5,35
1993	29.429.000	47.473	0,16	1.591.948	5,41	1.639.421	5,57
1994	23.270.000	36.586	0,16	1.600.698	6,88	1.637.284	7,04
1995	35.709.011	59.279	0,17	2.621.797	7,34	2.681.076	7,51
1996	43.626.642	169.658	0,39	2.812.620	6,45	2.982.278	6,84
1997	48.558.721	230.545	0,47	3.379.316	6,96	3.609.861	7,43
1998	45.921.392	230.893	0,50	3.305.229	7,20	3.536.122	7,70
1999	40.691.529	199.636	0,49	2.573.359	6,32	2.772.995	6,81
2000	54.502.821	255.628	0,47	3.213.927	5,90	3.469.555	6,37
2001	41.399.083	222.347	0,54	2.745.768	6,63	2.968.115	7,17
2002	51.553.797	261.838	0,51	3.830.920	7,43	4.092.758	7,94
2003	69.339.692	404.923	0,58	4.665.940	6,73	5.070.863	7,31
2004	97.539.766	619.906	0,64	5.661.232	5,80	6.281.138	6,44
2005	116.774.151	749.273	0,64	5.978.148	5,12	6.727.421	5,76

Kaynak: İTKİB. 1980'den 2007'ye Tekstil-Konfeksiyon İhracat-İthalat İstatistikleri, www.itkib.org.tr (25.10.2014)

1985 yılında konfeksiyon ithalatı 1.467.000 dolar, tekstil ithalatı ise 287.839.000 dolar ile toplam 11.343.000.000 dolar ithalat hacmi içerisinde sadece %2,55 lik bir paya sahipken, 1990 yılında bu oran %4,78, 2000 yılında %6,37 olmuştur. 2000 yılından sonra tekstil ve konfeksiyon ithalatının toplam ithalat içindeki payı 2002 yılına kadar artarak %7,94 lük paya sahip olmuş, 2002 yılından sonra düşmeye devam etmiştir. 2005 yılında 116.774.151.000 dolar toplam ithalat içerisinde konfeksiyon ithalatı 749.273.000 dolar ile %0,64, tekstil ithalatı ise 5.978.148.000 dolar ile %5,12 lik paya sahip olmuştur.

Türkiye'nin 2000-2005 yılları arasındaki dış ticaret açığı artmasına karşın, tekstil ve konfeksiyon sektörünün yarattığı dış ticaret fazlası yıllar itibariyle artarak dış ticaret açığında iyileştirici etki yaratmaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörleri dış ticaret fazlası veren sektörlerin başında gelmektedir. Tablo 56 incelendiğinde; 2000 yılında 6,6 milyar dolar dış ticaret fazlası yaratan sektör, 2005 yılında bunu 12,1 milyar dolar seviyesine çıkarmıştır.

Tablo 56
Türkiye Ekonomisi ve Tekstil Sektörünün Dış Ticareti

		Türkiye Ekonomisi	Tekstil Sektörü
2000 Yılı	İhracat	27.774.906	10.096.144
	İthalat	54.502.821	3.469.555
	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	-26.727.915	6.626.589
2005 Yılı	İhracat	73.476.408	18.888.503
	İthalat	116.774.151	6.727.421
	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	-43.297.743	12.161.082

Kaynak: İTKİB. 1980’den 2007’ye Tekstil-Konfeksiyon İhracat-İthalat İstatistikleri, www.itkib.org.tr (25.10.2014)

2.2. 2005 Sonrası Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Yapısı

Dünya Ticaret Örgütü tarafından 1995 yılında imzalanan ve 2005 sonrası tekstil ve hazır giyim ticaretinin tamamen liberalleşmesini öngören Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması’nı takiben 2001 yılında Çin’in DTÖ’ye 143. üye olarak bir anda bu anlaşmaya taraf olması dünya tekstil ve hazır giyim sektörlerinde yeni bir dönem başlatmıştır. 2005 yılından itibaren kotaların kaldırılması tekstil ve konfeksiyon ihracatını önemli oranda artırmıştır. Bununla birlikte, 1,3 milyarlık nüfusa sahip olan Çin önemli bir pazar durumuna gelmiştir.¹⁶¹ Böylece 2000’li yılların üretim merkezi olan Çin, ithalatçı ve yatırımcı kimliğini bu dönemde kazanmaya başlarken, Bangladeş ve Vietnam gibi ülkeler, gerek üretim maliyetlerinin düşük olmasının etkisiyle, gerekse önemli ithalatçı ülkelerle imzaladığı tercihli ticaret anlaşmaları ve düzenlemeleri vasıtasıyla önemli üreticiler ve ihracatçılar haline gelmişlerdir.¹⁶²

Kotalar 2005 tarihi itibarıyla sona ermiştir. Böylece, 40 yılı aşkın bir süreden beri çok taraflı ticaretin temel kural ve disiplinleri dışında tutulan uluslararası tekstil ve konfeksiyon ticareti, tamamıyla DTÖ sistemine entegre edilmiştir. Bunun sonucunda, tekstil ve konfeksiyon sektörü uluslararası ticaretinde yeni bir döneme girilmiştir. Uzun

¹⁶¹ T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, Sektör Raporları, 2014, <http://www.ekonomi.gov.tr> (1 Mayıs 2015), s.8

¹⁶² T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, **Tekstil, Hazır giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu**, Ankara, 2014/1, s.6

yıllar boyunca bu sektörde ticaretin şeklini ve yönünü belirleyen kotaların artık olmaması ve korumanın sadece gümrük vergileri ile sağlanması tüm ülkeler için önemli sonuçlar doğuran yapısal bir değişikliğe işaret etmektedir.

Kotalar, yüksek üretim maliyetleri nedeniyle gelişme yolundaki ülkeler (GYÜ) karşısında, rekabet şansı olmayan gelişmiş ülke üreticilerinin bu sektördeki varlıklarını sürdürmesine yol açmıştır. Bunun yanı sıra, normal ticaret koşullarında rekabet şansı olmayan gelişme yolundaki ve en az gelişmiş ülkelere (EAGÜ) garantili pazara giriş olanağı sağlayarak, bu ülkelere tekstil ve konfeksiyon sektörlerini geliştirme şansı vermiştir.¹⁶³

Tekstil ve konfeksiyon sektörü birlikte değerlendirildiğinde, gayri safi yurtiçi hasıla, imalat sanayi ve sanayi üretimindeki pay, ihracat, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yatırım gibi makro ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin önemli sektörlerinden biridir.¹⁶⁴ Tekstil ve hazır giyim sektörü, 1980 yılında uygulamaya konulan ihracata yönelik kalkınma politikası ile hızla büyümeye başlamış ve bu tarihten itibaren sektöre yapılan yatırımlar artmıştır. Ancak 1990'lı yıllardan sonra, özellikle 1996 yılında imzalanan Gümrük Birliği anlaşmasıyla yavaş yavaş sıkıntıya girmeye başlayan Tekstil Sektörü, 2005'te Çin üzerindeki kotaların kaldırılmasıyla küresel rekabetin baskısı altına girmiştir. Tekstil ve tekstil ürünleri sektöründeki sıkıntıların krize yol açacak şekilde giderek büyümesinin ana nedenleri arasında; başta küreselleşmenin yarattığı talep dalgalanmaları ve özel olarak Türkiye'de uygulanan mali politikalar yer almaktadır.¹⁶⁵ Uygulanmakta olan kotaların sona ermesi ile birlikte uluslararası pazarlarda kıyasıya rekabetin yaşandığı yeni bir dönem başlamıştır. Bu dönem tekstil sektörü üzerinde önemli sonuçlar doğurmuştur.¹⁶⁶

Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üyeliği ve 2005'te kotaların kaldırılması ile oluşan yeni rekabet ortamında sektörler, nasıl ayakta kalacaklarını

¹⁶³ Simten Şebnem Gökçü, "Tekstil ve Giyim Anlaşması Sonrasında Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü", Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, 2005, Sayı XIX, <http://www.mfa.gov.tr>, s.2, (30 Ekim 2014)

¹⁶⁴ Sevim ve Kuyumcu, s.1

¹⁶⁵ *Türk Tekstil ve Tekstil Ürünleri Sektörünün Finansal Yapısının Altman Finansal Başarısızlık Modeli (Z Score) ve Kârlılık Rasyoları Yardımıyla İncelenmesi (2005-2008 Yılları Arası İnceleme ve 2009-2010 Yılı Tahmini)*, <http://www.sbe.balikesir.edu.tr/dergi/makaleler> (20.08.2014)

¹⁶⁶ Kahraman Arslan, "Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yol Haritası", *Müsiad Araştırma Raporları*, İstanbul, 2008, s.31

öğrenmiş, kalite ve verimlilik noktasında dünyada iddialı bir noktaya ulaşmışlardır. Küresel krizden tüm sektörler gibi olumsuz etkilense de Türk tekstil ve hazır giyim sektörü alıcıların stoksuz çalışması ve küçük alımlara yönelmesi sebebiyle hızlı teslimat avantajıyla dünyanın önemli alıcılarını ülkemize çekmeyi başarmışlardır.¹⁶⁷

Kotaların kalkması ile birlikte Çin'in yanında karlı çıkan diğer iki ülke Hindistan ve Bangladeş olmuştur. Türkiye, Meksika ve Latin Amerika ülkeleri ise olumsuz yönde etkilenmiştir.¹⁶⁸ Ayrıca pek çok GYÜ ve EAGÜ statüsündeki ülkelerin ekonomisinde bu sektör önemli bir ağırlığa sahip olmuştur. Bu dönemde ihracatları tekstil ve konfeksiyon sektörüne bağımlı olan ülkelerin bazıları şunlardır: Bangladeş (%95), Laos (%93), Macao (%89), Kamboçya (%83), Pakistan (%73), Sri Lanka (%71), Nepal (%61), Tunus (%46), Fas (%43), Türkiye (%34.4), Hindistan (%30), Romanya (%27).¹⁶⁹

2.2.1. Hammadde Yapısı ve Üretim Kapasitesi

Tekstil ve hazır giyim sektörlerinin kalite, moda ve tasarım anlamında bugün ulaştığı nokta küçümsenemez boyuttadır. Bu hali ile sektörler, küresel pazarda da Türkiye'yi ön sıralara taşımaktadır. Ülkemiz işgücü, hammadde ve pazarlama faktörleri dikkate alındığında Çin, Hindistan ve Güney Kore ile birlikte dünyanın en rekabetçi ülkeleri arasında yer almaktadır.¹⁷⁰

Tekstil ve hazır giyim sektöründe üretim girdileri pamuk, iplik, kumaş, boya baskı terbiyedir. Hazır giyim sektörü ile tekstilin bu unsurları zaman zaman şirketlerin içinde bir bütün olarak yer almakta, başka bir deyişle üretimde tam bir entegrasyon kurulmaktadır.¹⁷¹

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sanayinin gelişimi iplik sanayinin gelişimini de beraberinde getirmiş ve iplik sanayi iç piyasanın ihtiyacını karşılayanın yanısıra,

¹⁶⁷ T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, s.5

¹⁶⁸ Arslan, s.13

¹⁶⁹ Gökçü, s.2

¹⁷⁰ T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, s.6

¹⁷¹ Görgülü, s.20

ihracatta da önemli gelişmeler kaydetmiştir. Ülkemizde üretilen başlıca elyaf ve iplik çeşitleri pamuk, polyester, akrilik, polipropilen elyaf ve ipliktir. Pamuk ipliği üretim süreci teknolojik olarak balyalanmış pamuğun açılması, hazırlanması, daha sonra eğilerek ipliğin bobinlenmesidir. Pamuk ipliği sektöründe ring (bilezik) ve open-end (açık uç) olmak üzere iki sistem bulunmaktadır.¹⁷²

Türkiye pamuk ipliği üretiminde dünyanın önde gelen ülkelerinden birisidir. Pamuk ekim alanı yönünden dünyada dokuzuncu, birim alandan elde edilen lif pamuk verimi yönünden altıncı, pamuk üretim miktarı yönünden sekizinci; pamuk tüketimi yönünden dördüncü, pamuk ithalatı yönünden üçüncü ülke konumundadır.¹⁷³ Genetiği Değiştirilmiş Organizma (GDO)'suz pamuk üretimi yapan ülkeler sıralamasında Türkiye önemli bir konumdadır.¹⁷⁴

2.2.1.1. Türkiye Pamuk Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti

Ülkemiz açısından stratejik bir niteliği bulunan pamuğun üretimi ve kullanımı, diğer bir ifade ile pamuk politikası, izlenen tarım, sanayi ve ticaret politikaları ile uluslararası gelişmelerden yoğun bir şekilde etkilenmektedir.¹⁷⁵ Türkiye coğrafi olarak pamuk yetiştirmeye çok elverişli bir ülke olmasına rağmen pamuk üretimi önemli ölçüde azalmış, pamukta dışa bağımlı hale gelinmiş ve üretilen pamuğun toplanma ve işlemeye götürülme aşamasında kalitesi düşmüştür.¹⁷⁶

Dünya pamuk ekim alanlarının en geniş olduğu ülke yaklaşık 11 milyon hektar alan (%34) ile Hindistan'dır. Onu sırasıyla Çin, ABD, Pakistan, Özbekistan, Brezilya, Burkina Faso ve Türkmenistan izlemektedir. Türkiye'nin ekim alanları tablodaki sekiz dönemin ortalamasına göre dünyada dokuzuncu sırada yer almaktadır.¹⁷⁷

¹⁷² Özudoğru, s.1

¹⁷³ Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatif Genel Müdürlüğü, **2012 Yılı Pamuk Raporu**, Ankara, 2013, s.3

¹⁷⁴ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2014, s.5

¹⁷⁵ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatif Genel Müdürlüğü, **2012 Yılı Pamuk Raporu**, s.3

¹⁷⁶ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, <http://www.iso.org.tr> (9 Kasım 2014), s.1

¹⁷⁷ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2012 Yılı Pamuk Raporu**, s.4

Tablo 57
Türkiye Pamuk Ekim Alanları (Bin Hektar)

Yıllar	Pamuk Ekim Alanları (Bin Ha)
2007/08	500
2008/09	365
2009/10	280
2010/11	380
2011/12	542
2012/13	488
2013/14	500
2014/15*	490

*Tahmini veriler içermektedir.

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2014, s.4

Türkiye’de pamuk ekim alanları 2012/13 sezonunda bir önceki yıla oranla yaklaşık %10 azalmıştır. Bu dönemde pamuk ekim alanlarında görülen daralmanın en önemli nedenleri, son yıllarda pamuk fiyatlarının düşük seyretmesi ile özellikle işçilik ve girdi maliyetlerinin yüksekliğidir.¹⁷⁸ 2013/14 sezonunda ise bir önceki yıla oranla pamuk ekim alanları yaklaşık %3 artmıştır.

Tablo 58
Türkiye Lif Pamuk Verimi (Kg/Hektar)

Yıllar	Lif Pamuk Verimi (Kg/Ha)
2008/09	1.333
2009/10	1.357
2010/11	1.184
2011/12	1.384
2012/13	1.759
2013/14	1.380
2014/15*	1.473

*Tahmini veriler içermektedir.

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2012 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2014, s.5

¹⁷⁸ Tijen Özudoğru, **Durum ve Tahmin Pamuk 2011-2012**, TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Ankara, 2011, s.8

Son yıllar itibariyle, pamuk ekim alanlarında önemli artış kaydedilmemiş olmasına rağmen, yüksek lif verimi nedeniyle üretim miktarları 2008/09 dönemine kadar pozitif bir seyir izlemiştir. 1980/81 ve 2002/03 dönemi içerisinde dünya ortalama lif verimi artışı %40-50 olarak kaydedilmiş, ülkemizde verim artışı ise %70-75 ile dünya ortalama verim artışının üzerinde gerçekleşmiştir. Dönem ortalamalarına göre Türkiye dünya pamuk verimi sıralamasında altıncı, önemli pamuk üretici ülkeler arasında ise verim yönüyle Çin ve Brezilya'dan sonra üçüncü konumdadır.¹⁷⁹

Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2006 yılından bu yana en yüksek lif pamuk üretimi 976 bin ton ile 2006 yılında, en düşük lif pamuk üretimi ise 638 bin ton ile 2009 yılında gerçekleşmiştir. 2013 yılında lif pamuk üretimi bir önceki yıla göre %2,5 oranında artarak 877 bin tonu aşmıştır. 2013 yılında bir önceki yıla oranla verim artış hızı pamuk lifinde ise %0,10 seviyelerindedir.

Tablo 59
Türkiye Pamuk Üretimi ve Tüketimi (Bin Ton)

Yıllar	Üretim Miktarı (Bin Ton)	Tüketim Miktarı (Bin Ton)	Üretimin Tüketimi Karşılama Oranı (%)
2008/09	500	1.175	42,5
2009/10	475	1.350	35,2
2010/11	618	1.300	47,5
2011/12	750	1.495	57,7
2012/13	858	1.350	49,0
2013/14	760	1.400	54,2
2014/15	847	1372	61,7
2015/16*	812	1441	56,3

*Tahmini veriler içermektedir.

Kaynak:<http://www.tuik.gov.tr> (04.06.2014); TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Dünya ve Türkiye Pamuk Üretimi, 2014, <http://www.upk.org.tr> (01.11.2014), s.3; Pamukta Hasat Zamanı, <http://www.tzob.org.tr>, (01.11.2014); T.C.Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2014, s.6, s.8; T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2015, s.5, s.6

¹⁷⁹ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Koop. Genel Müdürlüğü, **2012 Yılı Pamuk Raporu**, s.5

Türkiye’de pamuk üretimi her yıl prim ile desteklenmektedir. Ancak destekleme primlerinin yeterli düzeyde olmaması ve bazı durumlarda hak sahiplerine zamanında ödenmemesi pamuk üretiminin teşvik edilmesine engel teşkil etmektedir.¹⁸⁰ 2008 ve 2009 yıllarında yaşanan küresel ekonomik krizin olumsuz etkisiyle pamuğun özellikle üretimi olmak üzere, tüketim ve ticareti sadece Türkiye’de değil tüm dünyada azalmıştır. Tablo 59’da görüldüğü üzere 2008/09 döneminde pamuk üretiminin tüketimini karşılama oranının %42,5 olduğu görülmektedir. Bu oran bir sonraki dönem %35,2’ye düşmüştür. 2008 yılından bu yana pamuk üretim miktarının tüketim miktarını karşıladığı en yüksek oran %57,7 ile 2011/12 dönemi olmuştur. Bunun nedeni; 2011/12 döneminde fiyatlarda yaşanan tarihi seviye nedeniyle tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de üretimin artmış olmasıdır.¹⁸¹ 2013/14 döneminde ise üretim miktarındaki düşüş, tüketim miktarındaki artıştan kaynaklı olarak; üretimin tüketimi karşılama oranı %54,2 seviyesine kadar gerilemiştir. Üretimin tüketimi karşılayamaması sonucunda Türkiye’nin pamuk ithalat rakamları artmıştır. Örneğin; AB’nin 2014 yılında AB’den sonra en büyük pamuk pazarı 290.832 bin Euroluk pamuk ithalatı ile Türkiye olmuştur.¹⁸² Dünyada pamuk fiyatlarının geriye gitmesi ve yurtiçi piyasada da artış göstermemesi nedeniyle; önümüzdeki dönemde üretim miktarındaki düşüşün sürmesi beklenmektedir.¹⁸³

Ayrıca Türkiye’de pamuk üretim maliyetlerinin fazla olması, destekleme primlerinin rakip ülkelere göre durumu, özellikle önemli pamuk üretimi yapılan Ege ve Çukurova bölgelerinde üreticinin üretim yapabileceği alternatif ürün çeşitliliğinin fazla olması ve ABD gibi ülkelerin uyguladığı politikalar sonucu dünya fiyatlarıyla rekabet edilememesi sonucu pamuk ekim alanlarında başka ürünlerin tercih edilmesi ve alternatif ürünlere geçen üreticinin, üretimi ve hasadı nispeten daha zor olan pamuk üretimine geri dönmede istekli davranmaması üretim miktarındaki düşüşün başlıca sebepleridir.¹⁸⁴

¹⁸⁰ Saygılıoğlu, s.53

¹⁸¹ T.C.Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Koop. Genel Müdürlüğü, **2012 Yılı Pamuk Raporu**, s.8

¹⁸² EUROPEAN COMMISSION, Textile, Trade report comparison per year (Yearly totals). 2015.
<https://circabc.europa.eu> s.3 (11.05.2016)

¹⁸³ Pamuk Fiyatları Geriye Gitti, 2014 Ekimi de Tehlikede, 2013, <http://www.istekobi.com.tr> (03.11.2014)

¹⁸⁴ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, s.8

Küresel açıdan bakıldığında, ülkemizin dünya pamuk üretimindeki payı, 2011/12 sezonunda % 2,7 olmuştur. 2012/13 sezonunda % 3,1, 2013/14 sezonunda % 3,2 ve 2014/2015 sezonunda ise 2,9 olacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 60
Bölgeler İtibariyle Türkiye Lif Pamuk Üretimi (1.000 Ton)

Yıllar	Ege	Çukurova	G.Doğu Anadolu	Antalya	Toplam
2005/06	218,5	186,9	448	13,6	863,7
2006/07	225,2	241	502,7	10,3	976,5
2007/08	166,1	223,3	472,1	7,6	867,7
2008/09	95	150,1	423,1	6,1	673,4
2009/10	113,9	170,4	348,7	5,2	638,2
2010/11	143,9	201,3	464,2	7,3	816,7
2011/12	168,4	239	535,9	11,2	954,6
2012/13	152,4	181,8	512,6	11,5	858,4
2013/14	184,3	153,4	495,1	10,8	843,6

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Dünya’da ve Türkiye’de İplik Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler”, Ekim 2013, s.6; T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatif Genel Müdürlüğü, ”**2013 Yılı Pamuk Raporu**”, Ankara, 2014, s.7; T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatif Genel Müdürlüğü, “**2014 Yılı Pamuk Raporu**”, Ankara, 2015, s.7

Türkiye’de üretilen pamuğun çoğu Mart-Mayıs ayları arasında ekilir ve Ağustos-Kasım ayları arasında hasat edilir. Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip bulunan pamuğun yoğun olarak üretildiği dört bölge vardır. Tablo 60’da görüldüğü üzere bu bölgeler; Ege, Çukurova, Güney Doğu Anadolu ve Antalya’dır.¹⁸⁵

Son 10 yıllık süreçte en yüksek lif pamuk üretimi 976,5 bin ton ile 2006/07 sezonunda, en düşük lif pamuk üretimi ise 638 bin ton ile 2009/10 sezonunda gerçekleşmiştir. 2012/13 sezonunda lif pamuk üretimi bir önceki sezona göre % 10 oranında azalarak 858,4 bin tona gerilemiştir. Tablo 60’da görüldüğü üzere; 2012/13 sezonunda hemen hemen tüm bölgelerde üretim miktarı azalmıştır. Ege Bölgesinde % 9, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde %4, Çukurova Bölgesinde % 24 oranında azalma;

¹⁸⁵ Özüdoğru, **Durum ve Tahmin Pamuk 2011-2012**, s.8

Antalya Bölgesinde ise %2 oranında artış olmuştur. 2014 yılında ise Ege Bölgesinde %4 artış, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde %3, Çukurova Bölgesinde %8, Antalya Bölgesinde ise % 13 oranında azalma olmuştur. Uluslararası Pamuk Danışma Kurulu'nun verilerine göre 2013/2014 sezonunda 760 bin ton olan lif pamuk üretilmiştir. 2014/15 sezonunda % 10'luk bir artışla 847 bin ton ve 2015/16 sezonunda ise %4'lük bir azalışla 812 bin ton olacağı öngörülmektedir. Türkiye'nin toplam pamuk üretiminin yaklaşık %56'sı Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde gerçekleşmiştir.¹⁸⁶

Pamuk girdisinde net ithalatçı konumunda bulunan Türkiye düşük fiyat ile pamuk ihraç etmesine karşın yüksek fiyatla pamuk ithalatı gerçekleşmektedir. Öte yandan tekstil sektörünün en önemli girdi kalemlerinden birini teşkil eden pamuğun fiyatındaki istikrarsızlıklar iplik, dokuma ve konfeksiyon alanlarında üretim maliyetlerini etkilemekte ve alınan ürünlerin fiyatlarını arttırmaktadır.¹⁸⁷

Tablo 61
Türkiye Pamuk İthalatı

Sezon	Miktar (Bin Ton)	Miktar Endeksi	Değer (Milyon \$)	Değer Endeksi
2004/05	748.4	152	882,8	161
2005/06	762.3	154	960,8	175
2006/07	877.3	178	1.137,90	207
2007/08	711.4	144	1.099,80	200
2008/09	630.2	128	866,4	158
2009/10	960.9	195	1.570,20	286
2010/11	729.4	148	2.044,10	372
2011/12	518.6	105	1.274,20	232
2012/13	803.7	163	1.513,30	276
2013/14	924.4	188	1843,5	337
2014/15	159.5		296,0	

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2015, s.9

¹⁸⁶ Tijen Özüdoğru, **Durum ve Tahmin Pamuk 2013-2014**, TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Ankara, 2014, s.1

¹⁸⁷ Saygılıoğlu, s.53

Pamuk üretim ve tüketim arasındaki açığı giderebilmek adına Türkiye ihtiyacı olan pamuğu ithal ederek karşılamaktadır. Çin, Türkiye ve Bangladeş yıllara göre değişmekle birlikte dünyanın en büyük pamuk ithalatçıları konumundadır. Çin diğer iki ülkeden farklı olarak dünyanın başta gelen pamuk üreticisi olmasına karşın tekstil ve konfeksiyon sektörünün artan ihtiyaçları sebebiyle aynı zamanda küresel olarak büyük ithalatçıları arasında yer almaktadır. Ülkemizde yıllar itibariyle tekstil sektöründe yaşanan genişlemeye paralel olarak, pamuk tüketimindeki artış iç üretim artışıyla karşılanamadığından, pamuk ithalat miktarı artmış ve 1990 yılına kadar pamuk ihracatçısı olan Türkiye, başlıca pamuk ithalatçısı ülkelere biri konumuna gelmiştir.¹⁸⁸

2009 yılında en fazla pamuk ithalatı yaparak 961.000 ton ithalat gerçekleştiren Türkiye, yaşanan küresel krizin de etkisiyle 2011 yılında 519.000 ton pamuk ithalat rakamıyla pamuk ithalatını en düşük seviyede gerçekleştirmiştir. Yıllık 600.000–1.000.000 ton arasında değişen miktarda pamuk elyafı ithal edilmektedir. Tekstil sanayimizin ham maddesi olan pamuk tüketimimiz her yıl daha da artmakta ve tüketimdeki bu artışa rağmen üretimdeki azalış pamukta dışa bağımlılığımızı her geçen gün artırmaktadır.

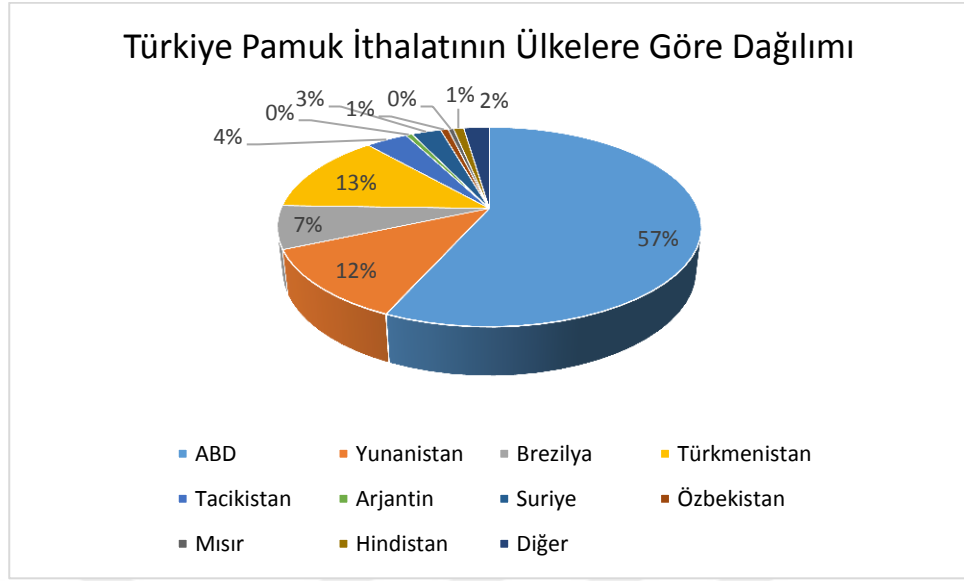
¹⁸⁸ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, s.11

Tablo 62
Türkiye Pamuk İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı

2012-2013 Dönemi					2014 Dönemi	
ÜLKELER	TON	Pay %	Bin \$	Pay %	Bin \$	Pay %
ABD	456.112	56,7	872.810	57,7	914.956	52.2
Yunanistan	94.480	11,8	170.790	11,3	193.436	11.0
Brezilya	56.054	7,0	117.887	7,8	61.487	3.5
Türkmenistan	104.442	13,0	186.905	12,4	284.192	16.2
Tacikistan	30.668	3,8	53.795	3,6	18.665	1.0
Arjantin	4.784	0,6	9.084	0,6	8.020	0.4
Suriye	21.451	2,7	33.205	2,2	81.021	4.6
Özbekistan	5.608	0,7	6.737	0,4	11.980	0.6
Mısır	3.972	0,5	12.187	0,8	9.705	0.5
Hindistan	7.477	0,9	15.010	1,0	101.170	5.7
Diğer	18.712	2,3	34.906	2,3	65.479	4.3
TOPLAM	803.760	100,0	1513,32	100,0	1.750.111	100,0

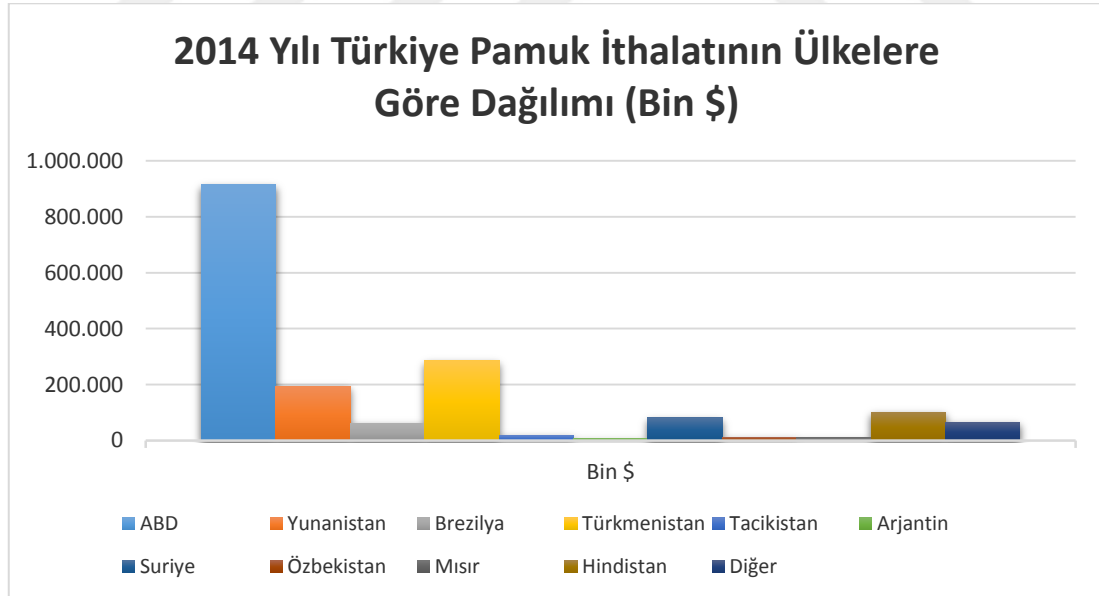
Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2014, s.12; T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2015, s.11-12

Tablodan görüldüğü üzere Türkiye'nin pamuk ithalatının yaklaşık % 70'i ABD ve Yunanistan'dan yapılmaktadır. ABD'nin payı %50-60 civarındadır. Bu ülkeleri Türkmenistan, Brezilya, Tacikistan, Hindistan ve Suriye gibi ülkeler takip etmektedir. Öte yandan başlıca pamuk tedarikçilerimizin üretimleri büyük ölçüde sübvansiyonlarla desteklenmektedir ve ABD'den yapılan pamuk ithalatında GSM kredileri oldukça etkili olmaktadır. Avrupa ekonomisinde yaşanan darboğaz ve DTÖ Anlaşmazlıkların Halli Mekanizmasının, ABD sübvansiyonları aleyhine kararları sebebiyle anılan desteklerde azalma beklenmekte olup, bu durumun pamuk tedarik fiyatlarımızda yukarı yönlü dalgalanmalara sebep olması beklenmektedir.



Şekil 6: 2012-2013 Dönemi Türkiye Pamuk İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı
Kaynak: www.tuik.gov.tr (05.11.2014); www.gtb.gov.tr (05.04.2015)

Şekil 6’da görüldüğü üzere 2012-2013 döneminde Türkiye pamuk ithalatının yarısından fazlası ABD’den yapılmaktadır.



Şekil 7: 2014 Yılı Türkiye Pamuk İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı
Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr> (05.11.2014); <http://www.gtb.gov.tr> (05.04.2015)

2014 yılına gelindiğinde, pamuk ithalatında ABD'nin payının devam ettiği görülmektedir. ABD'yi %11 lik pay, 193.436 bin dolar ithalat payı ile Yunanistan izlemektedir.

Tablo 63
Türkiye Pamuk İhracatı

Yıllar	Miktar (Bin Ton)	Miktar Endeksi	Değer (Milyon \$)	Değer Endeksi
2004/05	33.0	48	49.0	64
2005/06	47.0	69	66.4	86
2006/07	66.0	97	92.0	119
2007/08	80.6	118	141.9	184
2008/09	29.7	44	53.9	70
2009/10	32.5	48	60.5	78
2010/11	31.8	47	102.7	133
2011/12	65.2	96	143.8	186
2012/13	47.2	69	96.7	125
2013/14	44.3	65	92.2	120
2014/15*	11.7		21.1	

*2014/15 Yılı'nın ilk döneminin verileridir.

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2015, s.10

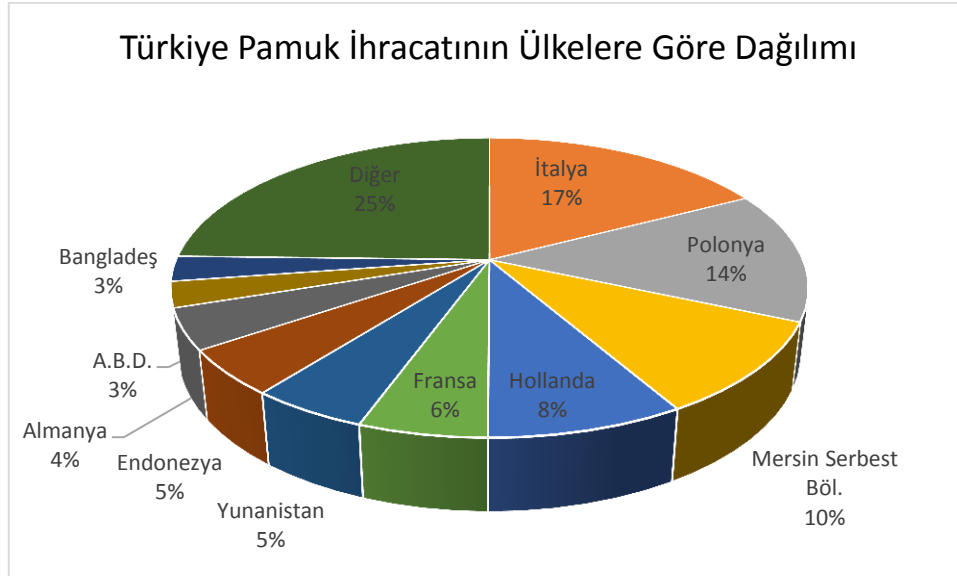
Pamuk ihracat rakamlarına bakıldığında; son on dönemde pamuk ihracatının 30 bin ton seviyelerinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu dönemde en fazla ihracat yaklaşık 81 bin ton ile 2007/08 döneminde, en düşük ihracat ise 29,7 bin ton ile 2008/09 döneminde gerçekleşmiştir. 2012/13 döneminde ihracat miktarı bir önceki sezona göre %27 oranında azalmıştır. 2013/2014 yılında düşüş devam etmiş, 44.3 bin ton pamuk ihracatı gerçekleşmiştir.

Tablo 64
Türkiye Pamuk İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı

2012-2013 Dönemi					2014 Dönemi	
ÜLKELER	TON	Pay %	Bin \$	Pay %	Bin \$	Pay %
İtalya	8.201	17.4	17.076	17.7	15.091	17
Polonya	6.684	14.2	14.266	14.8	12.730	14.4
Mersin Serbest Böl.	4.754	10.1	7.403	7.7	2.778	3.1
Hollanda	3.990	8.5	9.126	9.4	6.966	7.8
Fransa	2.598	5.5	5.674	5.9	4.685	5.3
Yunanistan	2.379	5.0	4.920	5.1	3.350	3.7
Endonezya	2.315	4.9	3.745	3.9	255	0.2
Almanya	2.071	4.4	4.932	5.1	4.959	5.6
A.B.D.	1.309	2.8	2.399	2.5	2.498	2.8
Bangladeş	1.280	2.7	2.378	2.5	1.992	2.2
Diğer	11.616	24.6	24.779	25.6	33.091	37.9
Toplam	47.197	100.0	96.698	100.0	88.395	100

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2014, s.10; T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2015, s.10

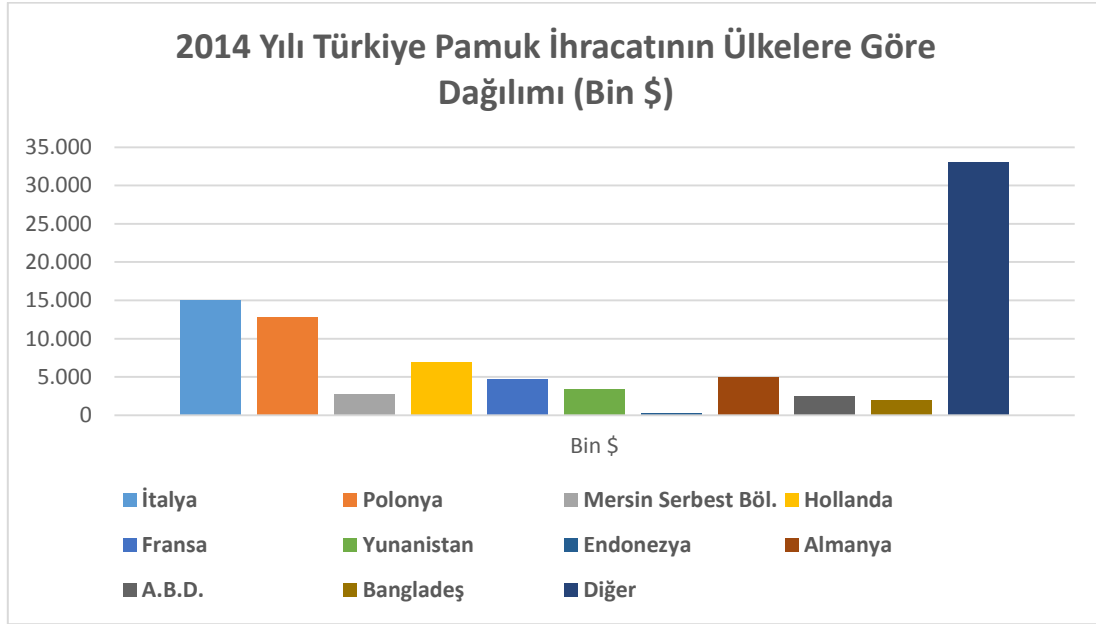
Türkiye pamuk ihracatının ülkelere göre dağılımına bakıldığında 2012-2013 döneminde en fazla pamuk ihracatının 8.201 ton ile İtalya'ya yapıldığı görülmektedir. Bu durum 2014 döneminde de 15.091 ton ile artarak devam etmiştir.



Şekil 8: 2012-2013 Dönemi Türkiye Pamuk İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr> (05.11.2014); <http://www.gtb.gov.tr> (05.04.2015)

2014 yılı ihracat rakamlarına bakıldığında İtalya'nın pamuk ihracatımızdaki payını 2012-13 dönemine göre koruduğu %17lik pay ile görülmüştür. İtalya'yı sırasıyla Polonya, Hollanda, Fransa ve Yunanistan takip etmektedir.



Şekil 9: 2014 Yılı Türkiye Pamuk İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr> (05.11.2014); <http://www.gtb.gov.tr> (05.04.2015)

2.2.1.2. Türkiye İplik Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti

İplik sanayii, bir taraftan sahip olduğu yatırım kapasitesi ve ihracat potansiyeli ile diğer taraftan da dokuma ve örme kumaş üretimine hammadde tedariki ile tekstil sanayiinin önemli alt sektörlerinden biri durumundadır.¹⁸⁹ Türkiye'nin toplam kurulu iplik kapasitesi 3,75 milyon ton civarındadır ve Türkiye, Avrupa'da iplik kapasitesi en yüksek ülkedir. Bu kapasitenin 2,5 milyon tonu kısa elyaflardan (pamuk ve benzeri), 400 bin tonu uzun elyaflardan (yün ve benzeri), 825 bin tonu ise filamentlerden (sentetik) oluşmaktadır. Türkiye'de 7,5 milyon iğ ve 600 bini aşan rotor sayısına sahip 500 civarında iplik tesisi bulunmaktadır. Söz konusu tesisler Marmara Bölgesi,

¹⁸⁹ İTKİB Genel Sekreterliği AR& GE ve Mevzuat Şubesi, "Dünya'da ve Türkiye'de İplik Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler", Ekim 2013, s.2

Gaziantep, Kahramanmaraş, Denizli’de yoğunlaşmıştır. Makine parkının yaşı ABD ve AB’ye göre genç olmakla birlikte teknolojik yenileme ve gelişime açık durumdadır.¹⁹⁰

Türkiye 6,9 milyon kurulu kısa elyaf iğ kapasitesi ile dünyada beşinci, open-end iplikte Çin’in ardından ikinci, ring iplikte dünyanın yedinci büyük kapasitesine sahiptir. Sentetik iplik sektöründe dünyanın sekizinci büyük kapasitesine sahip olup, AB’nin en büyük sentetik iplik kapasitesi Türkiye’de bulunmaktadır.¹⁹¹ Türkiye dünya kısa elyaftan iplik eğirme kapasitesinin %2,7’sine sahiptir.¹⁹²

Sermaye yoğun tekstil sektöründe bölgenin en büyük üretim kapasiteleri ülkemizde bulunmaktadır. Elyaf ve iplik üretiminin yoğunlaştığı iller İstanbul, Bursa, Kahramanmaraş, Gaziantep, Adana, İzmir, Kayseri, Malatya, Tekirdağ, Uşak, Hatay ve Denizli’dir. Türkiye’de üretilen başlıca elyaf ve iplik çeşitleri pamuk, polyester, akrilik ve polipropilendir.¹⁹³

¹⁹⁰ Gülay Dincel, Tekstil-İplik, TSKB Ekonomik Araştırmalar Müdürlüğü, İstanbul, Temmuz 2014, s.5

¹⁹¹ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.18

¹⁹² İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Dünya’da ve Türkiye’de İplik Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler”, s.47

¹⁹³ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.18

Tablo 65
Pamuk, İpek ve Yün İplik Üretim Kapasitesi (Eylül 2013)

Pamuk, İpek ve Yün İplikleri	Kilogram
Diğer kullanımlar için taranmamış pamuktan iplikler	9.375.015
Diğer kullanımlar için taranmış pamuktan iplikler	13.950.130
Dokuma kumaşlar için taranmamış pamuktan iplikler	102.888.714
Dokuma kumaşlar için taranmış pamuktan iplikler	204.471.067
İpek iplik ve ipek döküntülerinden elde edilen iplikler	510.763
Kardelenmiş yünden veya kardelenmiş ince hayvan kılından iplikler	19.002.884
Örgü kumaşlar ve çoraplar için taranmamış pamuktan iplikler	238.452.880
Örgü kumaşlar ve çoraplar için taranmış pamuktan iplikler	45.096.668
Pamuk dikiş iplikleri	6.785.262
Pamuk iplikler (perakende satışa hazır) (dikiş ipliği hariç)	237.676.487
Taranmış yünden veya taranmış ince hayvan kılından iplikler	27.816.460
Yün veya ince hayvan kılından iplikler (perakende satışa hazır)	12.804.255
Gipe iplikler, şeritler ve benzerleri, görünür genişliği şonil iplikler; şenet iplikler	39.501.719
Toplam	958.332.304

Kaynak: İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, 2014, <http://www.iso.org.tr> (20 Kasım 2014), s.19

Daha önce de belirtildiği üzere Türkiye, kısa elyaf iplik sektöründe dünyada en yüksek üretim teknolojisine sahip ülkeler arasında yer almaktadır.¹⁹⁴ Türkiye’de yün üretimi, koyun sayısındaki azalmadan ve mevcut koyun stokundan yeterince yün üretilmemesinden dolayı düşüş göstermektedir. Buna karşın, Türkiye yünlü iplik sektöründe dünyanın dördüncü büyük yün elyaf kullanıcısıdır.

2005 yılında Çin’e uygulanan kotaların kalkmasından sonra dünya tekstil ve hazır giyim pazarlarındaki rekabet koşulları değişmeye başlamıştır. Yeni rekabet koşullarının olumsuz etkileri Türk elyaf ve iplik sektöründe de yoğun olarak hissedilmiştir. Artan

¹⁹⁴ İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Dünya’da ve Türkiye’de İplik Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler”, s.48

girdi maliyetleri, döviz kurunun düşük seyretmesi, Uzak Doğudan gelen ucuz ürünler gibi nedenlerden dolayı sektör sıkıntı yaşamış, bazı firmalar kapanmak zorunda kalmış, bazı firmalar ise üretimlerini girdi maliyetlerinin düşük olduğu ülkelere kaydırmaya başlamışlardır.¹⁹⁵

Tablo 66
Türkiye İplik İhracatının Dünya İplik İhracatındaki Payı (Milyon Dolar)

Yıllar	Dünya İplik İhracatı	Değişim	Türkiye İplik İhracatı	Değişim	Pay (%)
2005	38.069	-0,1	964	0,5	2,5
2006	41.225	8,3	1.115	15,7	2,7
2007	44.565	8,1	1.176	5,5	2,6
2008	43.347	-2,7	1.196	1,7	2,8
2009	35.803	-17,4	1.021	-14,6	2,9
2010	47.386	32,4	1.268	24,2	2,7
2011	54.522	15,1	1.637	29,1	3
2012	50.543	-7,3	1.624	-0,8	3,2
2013	56.200	11,2	1.725	6,2	3,1

Kaynak: Gülay Dincel, Tekstil-İplik, TSKB Ekonomik Araştırmalar Müdürlüğü, İstanbul, Temmuz 2014, s.6

Tekstil ihracatının %21'i iplikten oluşmaktadır ve 1,7 milyar dolar civarındadır. Türkiye'nin dünya iplik ticaretindeki payı ise %3,1'dir ve dünyanın en büyük 12. iplik ihracatçısıdır. Ürün grupları bazında incelendiğinde iplik ihracatının %58'i sentetik liflerden ipliklerden, %28'i pamuk ipliğinden, %14'ü de diğer ipliklerden oluşmaktadır. Türkiye pamuk ipliğinde dünyanın 7. büyük ihracatçısıdır. Türkiye'nin pamuk ipliğindeki avantajı Ege pamuğu başta olmak üzere ülke topraklarında yetişen pamuğun kalitesinden ve buna da bağlı olarak pamuk ipliği

¹⁹⁵ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.19

üretiminin uzun bir geçmişe sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Türkiye aynı zamanda dünyanın en fazla iplik ithalatı yapan ülkeleri arasındadır, 3 milyar dolar civarında ithalatla 3. sırada yer almaktadır. İplik ithalatının %70'e yakını sentetik lifli ipliklerden, %12'si pamuk ipliklerinden, %18'i de diğer ipliklerden oluşmaktadır.¹⁹⁶

Türkiye'nin en fazla iplik ihraç ettiği ülkeler İtalya (%11), Rusya Federasyonu (%7,5), İngiltere (%7,1), Brezilya (%7,1) ve Portekiz'dir (%5,8). İplik ithalatı tekstil ithalatının üçte birini oluşturmaktadır. En fazla iplik ithalatı yapılan ülkeler ise Çin (%20), Hindistan (%15), Vietnam (%12), Bangladeş (%6,8) ve Endonezya'dır (%6,8). Pamuk ipliği ithalatında Türkmenistan, Mısır, Özbekistan öne çıkarken sentetik ipliklerde Çin, Hindistan, Vietnam ağırlık taşımaktadır.¹⁹⁷

2.2.1.3. Türkiye Dokuma Kumaş, Örme Kumaş ve Elyaf Üretimi ve Dış Ticareti

İpliklerin düz bir yüzey elde edilecek şekilde bir araya getirilmesiyle dokuma veya örme kumaş elde edilmektedir. Dokuma kumaş daha ince, dayanıklı ve düzgün iken, örme kumaş daha hacimli ve esnektir. Kumaş sektöründe üretilen kumaşların büyük bir kısmını pamuklu ve suni-sentetik dokuma kumaşlar ile örme kumaşlar oluşturmaktadır. Dokuma kumaşlar ağırlıklı olarak giyim sanayinde ve döşemecilikte kullanılmaktadır. Türkiye'de pamuklu dokuma sektörü oldukça yeni bir makine parkına sahiptir. Uluslararası Tekstil Üreticileri Federasyonu (ITMF), makine sevkiyat verilerine göre, 10 yaşından eski olmayan makine parkının toplam içindeki payı, Türkiye'de dünya ortalamasının iki katıdır. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin sanayi envanteri verilerine göre 2013 yılı Eylül ayı itibarıyla dokuma kumaş üretim kapasitesi 1,56 milyar metrekaaredir.¹⁹⁸

¹⁹⁶ İTKİB Genel Sekreterliği AR& GE ve Mevzuat Şubesi, "Dünya'da ve Türkiye'de İplik Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler", s.2

¹⁹⁷ Dincel, Tekstil-İplik, s.6

¹⁹⁸ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.20

Tablo 67
Dokuma Kumaş Üretim Kapasitesi (Eylül 2013)

Kumaş	M2
İpekten veya ipek döküntülerinden dokuma kumaşlar	1.173.532
Dokuma kumaşlar, ketenden, ağırlığına göre keten içeriği $\geq$ %85 olanlar	691.912
Dokuma kumaşlar, pamuktan (giysiler için, tek renk ipliklerden, ağırlığı $\leq$ 200 g/m ² olanlar)	95.987.319
Dokuma kumaşlar, pamuktan (ev tekstil ürünleri veya döşemelik tekstil için, tek renk ipliklerden, ağırlığı $\leq$ 200 g/m ² olanlar)	171.743.728
Dokuma kumaşlar, pamuktan (teknik veya endüstriyel kullanım için (tbbi gazlı bez, sargı bezi hariç), tek renk ipliklerden, ağırlığı $\leq$ 200 g/m ² olanlar)	7.076.012
Dokuma kumaşlar, pamuktan (gömlek ve bluzlar için, farklı renk ipliklerden, ağırlığı $\leq$ 200 gr/m ² olanlar)	58.888.447
Dokuma kumaşlar, pamuktan (giysiler için, tek renk ipliklerden, ağırlığı $>$ 200 gr/m ² olanlar)	95.439.045
Dokuma kumaşlar, pamuktan (ev tekstil ürünleri veya döşemelik tekstil için, tek renk ipliklerden, ağırlığı $>$ 200 gr/m ² olanlar)	302.900.908
Dokuma kumaşlar, pamuktan (teknik veya endüstriyel kullanım için, tek renk ipliklerden, ağırlığı $>$ 200 gr/m ² olanlar)	36.870.794
Dokuma kumaşlar, pamuktan (diğer giyim eşyaları için, farklı renk ipliklerden)	17.903.518
Dokuma kumaşlar, pamuktan (ev tekstil ürünleri veya döşemelik tekstil için, farklı renk ipliklerden)	38.496.536
Dokuma kumaşlar, pamuktan (teknik veya endüstriyel kullanım için, farklı renk ipliklerden)	5.542.617
Dokuma kumaşlar, yüksek dayanırlıkta iplik, şerit veya benzerlerinden elde edilen suni ve sentetik filament ipliklerden (naylon, diğer poliamidler, polyester, suni ipekli kumaşlar dahil)	195.036.373
Dokuma kumaşlar, sentetik filament ipliklerden (yüksek dayanırlıkta iplik, şerit vb.den elde edilen sentetik filament ipliklerden olanlar hariç)	221.261.927
Dokuma kumaşlar, suni filament ipliklerden (yüksek dayanırlıkta ipliklerden elde edilen suni filament ipliklerden olanlar hariç)	108.430.369
Dokuma kumaşlar, sadece veya ağırlıklı olarak pamuk karışımı sentetik devamsız elyaftan (ağırlığına göre söz konusu elyaf içeriği $<$ % 85 olanlar) (farklı renk ipliklerden olanlar hariç)	41.945.711
Dokuma kumaşlar, sadece veya ağırlıklı olarak pamuk karışımı sentetik devamsız elyaftan (ağırlığına göre söz konusu elyaf içeriği $<$ % 85 olanlar) (farklı renk ipliklerden)	101.238.497
Dokuma kumaşlar, suni devamsız elyaftan (farklı renk ipliklerden olanlar hariç)	9.136.107
Dokuma kumaşlar, suni devamsız elyaftan (farklı renk ipliklerden)	26.685.807
Dokunmuş mensucat (suni liften, çözgü iplikli veya atkı iplikli kadife ve pelüş)	8.970.721
Dokunmuş mensucat (pamuklu, iplikli veya atkı iplikli kadife ve pelüş)	13.547.008
Toplam	1.558.966.888

Kaynak: İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, 2014, <http://www.iso.org.tr> (9 Nisan 2014), s.20

2015 yılı Ocak ayında alt ürün grupları bazında dokuma kumaş ihracatı incelendiğinde, en önemli alt ürün grubunun pamuklu dokuma kumaş olduğu görülmektedir. Bu dönemde toplam dokuma kumaş ihracatının %41,1'ini oluşturan pamuklu dokuma kumaş ihracatı %21,6 oranında gerileyerek 83 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 68
2014 Ocak-2015 Ocak Dokuma Kumaş İhracatı

Dokuma Kumaş İhracatı				
Birim: 1.000 \$	2014 Ocak	2015 Ocak	Dokuma Kumaş'ta Pay	Değişim
Pamuklu Dokuma Kumaş	105.707	82.884	41,1%	-21,6%
Sentetik-Suni Filament İpliklerinden Dokuma Kumaş	97.178	79.969	39,6%	-17,7%
Sentetik-Suni Devamsız Lif. İpliklerden Dokuma Kumaş	35.644	32.566	16,1%	-8,6%
Yün ve İnce-Kaba Hayvan Kıllarından Dokuma Kumaş	5.565	4.506	2,2%	-19,0%
Bitkisel Liften Dokuma Kumaş	2.586	1.773	0,9%	-31,5%
İpekli Dokuma Kumaş	132	161	0,1%	22,0%
Dokuma Kumaş* İhracatı	246.811	201.857	100%	-18,2%

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Performansı, Şubat 2015, s.7

2015 yılı Ocak ayında alt ürün grupları bazında örme kumaş ihracatı incelendiğinde, en önemli alt ürün grubunun diğer örme kumaş olduğu görülmektedir. Bu dönemde toplam örme kumaş ihracatının %55,3'ünü oluşturan diğer örme kumaş ihracatı %11,7 oranında gerileyerek 65 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 69
2014 Ocak-2015 Ocak Örme Kumaş İhracatı

Örme Kumaş İhracatı				
Birim: 1.000 \$	2014 Ocak	2015 Ocak	Örme Kumaş'ta Pay	Değişim
Diğer Örme Kumaş	73.156	64.629	55,3%	-11,7%
Örme Kumaş (%5 elastomerik veya kauçuk iplik içeren, eni 30 cm geçen ve geçmeyen örme kumaşlar)	46.508	34.328	29,4%	-26,2%
Çözümlü Örme Kumaş	19.288	14.553	12,5%	-24,5%
Örme Tüylü Kumaş	3.265	3.281	2,8%	0,5%
Örme Kumaş İhracatı	142.217	116.791	100%	-17,9%

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Performansı, Şubat 2015, s.7

2015 yılı Ocak ayında alt ürün grupları bazında elyaf ihracatı incelendiğinde, en önemli alt ürün grubunun sentetik-suni devamsız lifler olduğu görülmektedir. Bu dönemde toplam elyaf ihracatının %65,2'sini oluşturan sentetik-suni devamsız lifler ihracatı %13,4 oranında gerileyerek 32 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 70
2014 Ocak-2015 Ocak Elyaf İhracatı

Elyaf İhracatı				
Birim: 1.000 \$	2014 Ocak	2015 Ocak	Elyaf'ta Pay	Değişim
Sentetik-Sunî Devamsız Lifler	37.326	32.313	65,2%	-13,4%
Pamuk Lifleri	14.203	14.094	28,4%	-0,8%
Yün ve İnce-Kaba Hayvan Kılırları	4.639	3.133	6,3%	-32,5%
Bitkisel lifler	17	1	0,0%	-91,7%
Elyaf İhracatı	56.185	49.542	100%	-11,8%

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Performansı, Şubat 2015, s.6

Tablo 71
Genel İhracat Performansı İçinde Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı

Birim 1000\$	2014 Haziran	2015 Haziran	Değişim	2014 Ocak-Haziran	2015 Ocak-Haziran	Değişim
Türkiye Genel İhracatı	12.507.495	11.703.832	-6,4%	76.694.902	73.261.245	-8,1%
Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı	706.505	681.078	-3,6%	4.519.281	3.996.909	-11,6%
Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı	5,6%	5,8%		5,7%	5,5%	

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Haziran Ayı İhracat Bilgi Notu Haziran 2015, Temmuz 2015, s.1

Tekstil ve Hammaddeleri ihracatının genel ihracat içerisindeki son dönem verilerinin incelendiği Tablo 71’de; Türkiye’nin genel ihracatının 2015 Haziran ayında %6,4 oranında gerileyerek 11,7 milyar dolara indiği görülmektedir. Haziran ayında 681 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilen tekstil ve hammaddeleri sektörünün genel ihracattaki payı 2014 yılının aynı ayına göre %5,8’e yükselmiştir. 2015 Ocak-Haziran döneminde ise; aynı dönemin bir önceki yılına göre tekstil ve hammaddeleri ihracatında düşüş yaşanmış, genel ihracat içindeki payı %5,5’e gerilemiştir.

2.2.2. Tekstil ve Hazırgiyim Sektörlerinin Genel Görünümü

Tekstil ve Hazır giyim sektörleri gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payı, sağladığı istihdam ve yüksek ihracat potansiyeli ile ülke ekonomisinin lokomotif sektörlerinden birisidir.

2.2.2.1. Sektörlerin İşyeri Sayısı ve İstihdamı

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinde kayıtlı toplam işyeri sayısı 2012 yılına göre artışla 51.694 olmuştur. Sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin çoğu küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) niteliğindedir. Tekstil sektöründe kayıtlı işletmelerin %98,3'ü, hazır giyim sektöründe %99,5'i KOBİ niteliğindedir.¹⁹⁹ 2013 yılı verilerine göre imalat sanayinde kayıtlı 3.401.167 sigortalı çalışan arasında 429.876'sı tekstil imalatında, 463.349'u hazır giyim imalatında istihdam edilmektedir.²⁰⁰

Tablo 72
Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Temel Göstergeleri*

Sektörler	Üretim Değeri (Milyar Dolar)	İşyeri Sayısı	İstihdam Sayısı
Tekstil	29	17.882	429.879
Hazır Giyim	20,7	33.812	463.349

*2013 Yılına ait verilerdir.

Kaynak: TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu, 2014/1, Ankara, s.7

2.2.2.2. Sektörlerin Kapasite Kullanımı

Tabloya göre; hazır giyim ve konfeksiyon sanayiinde 2013 Aralık ayında kapasite kullanım oranı %76,6 iken, 2014 yılının Aralık ayında %77,5'e yükselmiştir. Sektörel kapasite kullanım oranı 2013 Aralık ayına göre %1,2 oranında artmıştır. Hazırgiyim ve konfeksiyon sanayiinin hammadde ihtiyacını karşılayan tekstil

¹⁹⁹ TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu, 2014/1, Ankara, s.10

²⁰⁰ TÜİK, Türkiye İstatistik Yıllığı, 2013, <http://www.tuik.gov.tr>, s.167 (30 Temmuz 2015)

sektörünün kapasite kullanım oranı ise 2014 yılının Aralık ayında %79,3 olmuştur. Tekstil sektörünün 2013 Aralık ayındaki kapasite kullanım oranı %79,8 dir. Buradan tekstil sektörünün kapasite kullanım oranının, 2014 yılının Aralık ayında 2013 yılının aynı ayına kıyasla %0,6 oranında azaldığı ortaya çıkmaktadır.²⁰¹

Tablo 73
Tekstil ve Konfeksiyon Sektörlerinde Kapasite Kullanım Oranı

Yıllar	İmalat Sanayiinde Kapasite Kullanım Oranı %	Yıllık Değişim	Tekstil Ürünleri İmalatında Kapasite Kullanım Oranı %	Yıllık Değişim	Giyim Eşyası İmalatında Kapasite Kullanım Oranı %	Yıllık Değişim
2000	75,9		79,4		82,7	
2001	70,9	-6,6	76,2	-4	79	-4,5
2002	75,4	6,3	82,5	8,3	84,1	6,5
2003	78,3	3,8	81	-1,8	84,7	0,7
2004	81,2	3,7	80,4	-0,7	83,5	-1,4
2005	80,3	-1,1	80,8	0,5	81,7	-2,2
2006	81	0,9	80,6	-0,2	82,5	1
2007	81,8	1	81,5	1,1	83,6	1,3
2008	78,1	-4,5	75,7	-7,1	80,2	-4,1
2009	65	-16,8	67,5	-10,8	67,3	-16,1
2010	75,6	16,3	80,1	18,7	78	15,9
2011	75,4	-0,3	76,6	-4,4	76,4	-2,1
2012	74,2	-1,6	78	1,8	77,8	1,8
2013	74,6	0,5	79,3	1,7	77,4	-0,5
2013 Aralık	76		79,8		76,6	
2014 Aralık	74,6	-1,8	79,3	-0,6	77,5	1,2

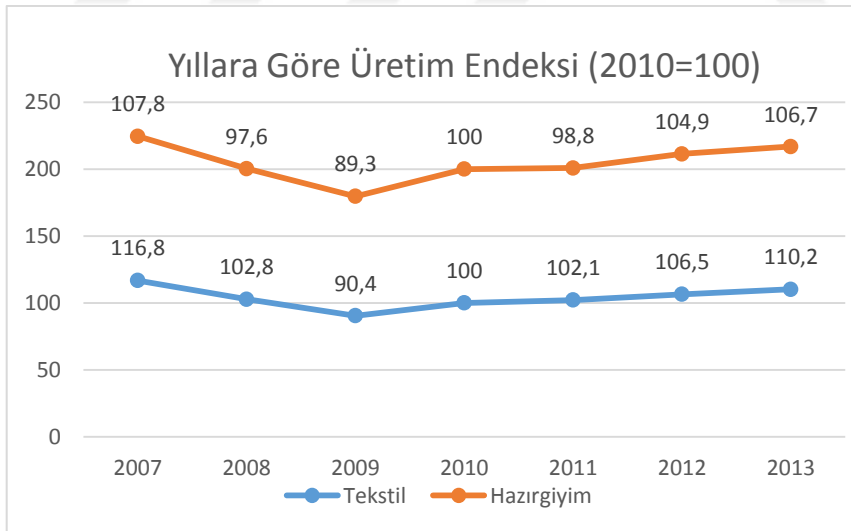
Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Şubesi, “Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi 2014 Yıllık”, İstanbul, 2015, s.63

Yılın son ayında imalat sanayiinde kapasite kullanım oranı azalırken, gerek hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe gerekse tekstil sektöründe kapasite kullanım oranının artması, ihracat performansının olumlu bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

²⁰¹ İTKİB Genel Sekreterliği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Şubesi, “Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi 2014 Yıllık”, 2015, s.63

2.2.2.3. Sektörlerin Üretim Endeksi

Türk tekstil ve hazır giyim sanayi, 2009 yılında yaşanan ekonomik krizden en çok etkilenen sektörler arasında yer almıştır. Hem tekstil sektöründe hem de hazır giyim sektöründe 2009 yılı üretim ve ihracat rakamlarında bir önceki yıla göre düşüş izlenmiştir.²⁰² 2008-2009 krizinde üretimde yaşanan düşüş sonrası, 2010 yılından itibaren dikkate değer bir toparlanma görülmektedir.²⁰³ Grafik 8’de tekstil ve hazır giyim sektörünün yıllar itibariyle üretim endeksi görülmektedir. Küresel krizin ortaya çıkışından sonraki 2010-2011 dönemindeki hızlı büyümenin ardından, 2012-2014 yılları arasında da Tekstil ve Hazır giyim sektörlerinin büyüme performanslarında belirgin bir iyileşme gözlenmektedir. Bu dönemdeki yıllık ortalama büyüme oranları hem son 10 yıllık ortalama büyüme oranlarının, hem de bu dönemle karşılaştırabileceğimiz bir başka istikrarlı dönem olan 2006-2007 yılları arasındaki büyüme oranının oldukça üstünde bir performans sergilemiştir. Bu olumlu gelişmede Ağustos 2011 - Nisan 2014 döneminde Türk Hazır giyim ithalatına konulan ek vergi uygulamasının önemli katkısının olduğu söylenebilir.²⁰⁴



Grafik 8: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Yıllara Göre Üretim Endeksi

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Yıllığı, 2013, <http://www.tuik.gov.tr> (31 Temmuz 2015), s.241

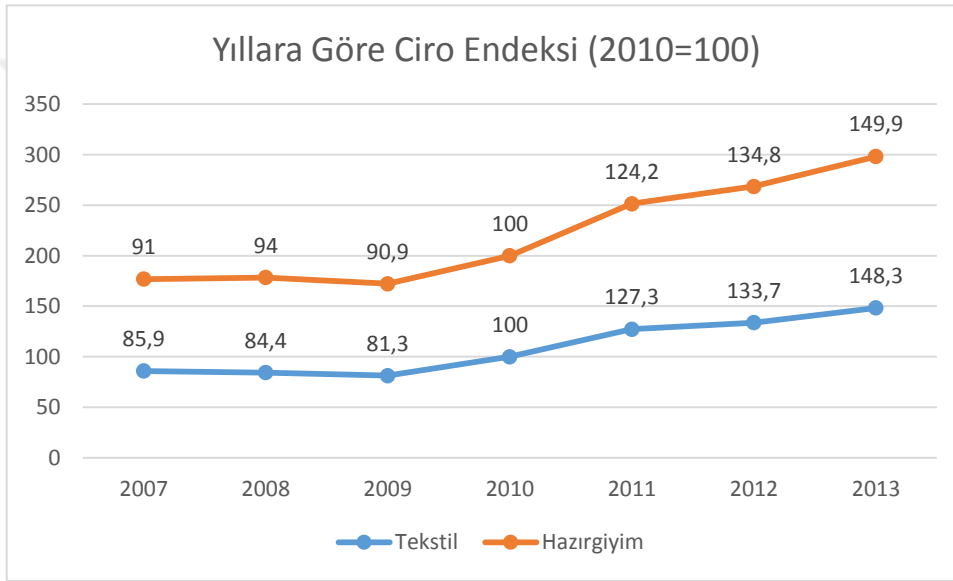
²⁰² Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu 2014, Araştırma/17, Nisan 2014, s.20

²⁰³ TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, s.11

²⁰⁴ Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, Tekstil ve Hazır giyim Sanayinin Türk Ekonomisindeki Yeri. 2014. http://www.tetsiad.org/files/downloads/bilgi_bankasi/thg%20raporu.pdf s.12, (10.05.2016)

2.2.2.4. Sektörlerin Cirou

2009 yılından sonra tekstil ve hazır giyim sektörlerinin cirosunda dikkat çekici bir yükseliş bulunmaktadır. İhracata dayalı üretim yapılan bu sektörlerinin cirosunun artışının en önemli nedeni dolar ve avronun Türk lirası karşısında değerlenmesi²⁰⁵ ve buna bağlı olarak ülke içi fiyatlarının nispeten daha ucuz olmasıdır. 2013 yılında da sektör cirolarındaki artış devam etmiştir.



Grafik 9: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Yıllara Göre Ciro Endeksi

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Yıllığı, 2013, <http://www.tuik.gov.tr> (31 Temmuz 2015), s.242

2.2.2.5. Sektörlerin AR-GE Faaliyetleri

Türkiye’de Ar-Ge harcamaları incelendiğinde; 2002 yılından bu yana 4,4 kat arttığı görülmektedir.²⁰⁶

²⁰⁵TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, s.12

²⁰⁶Türkiye İstatistik Yıllığı, <http://tuik.gov.tr>, 2013 (30.07.2015)

Tablo 74
Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne Yapılan AR-GE Harcamaları

Yıllar	İktisadi Faaliyet Kolu	Cari Harcama (TL)			Yatırım Harcaması (TL)	
		Toplam	Personel	Diğer	Makine Teçhizat	Sabit Tesis
2011	Tekstil ürünlerinin imalatı	80.164.467	29.069.131	23.807.813	25.928.755	1.358.768
	Hazır Giyim İmalatı	13.276.456	7.467.337	4.811.287	982.832	15.000
	Tüm İktisadi Faaliyetlerin Toplamı	4.817.272.485	2.310.950.262	1.779.811.243	603.654.471	122.865.509
2012	Tekstil ürünlerinin imalatı	90.364.471	37.940.704	36.963.403	14.389.436	1.070.928
	Hazır Giyim İmalatı	15.603.333	9.582.052	5.390.381	271.000	359.900
	Tüm İktisadi Faaliyetlerin Toplamı	5.891.214.749	2.937.207.043	2.234.116.947	620.179.426	99.711.333

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Yıllığı, 2013, <http://www.tuik.gov.tr> (31 Temmuz 2015), s.421, 424

2011 yılında tüm iktisadi faaliyetlere yapılan ar-ge harcamasının %1,66'sı, 2012 yılında ise %1,53'ü tekstil sektörüne ayrılmıştır. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde Ar-Ge'ye en çok harcama yapan ülkeler sırasıyla Çin, Japonya, İtalya ve Güney Kore'dir.²⁰⁷ Tüm sektörlerin Ar-Ge harcamaları içerisinde tekstil ve hazır giyim sektörlerinin Ar-Ge harcamaları incelendiğinde İtalya'nın %4'ünü, Çin'in %2,7'sini, Türkiye'nin %1,6'sını (değer düşük olmasına rağmen) ar-ge harcamalarına ayırdığı görülmektedir.²⁰⁸ Japonya ve İspanya ise %1'ini ayırmaktadırlar. Japonya'nın dünyada sektörün 3. büyük ithalatçısı olmasına rağmen tekstil ve hazır giyim sektöründe ar-ge harcamasına ayırdığı pay Türkiye'den azdır.

Tablo 75
Genel İstihdam ve AR-GE Personeli İstihdam Oranları Karşılaştırması*

	İstihdam %	AR-GE Personeli İstihdamı %
Tüm sektörler içinde imalat sanayi	28,6	47,9
İmalat Sanayi	100	100
Tekstil Sanayi (T)	12,3	2,65
Hazır Giyim Sanayi (H)	13,5	0,68

Kaynak: TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu, 2014/1, Ankara, s.14

²⁰⁷ OECD Statics, <http://stats.oecd.org/#> (31.Temmuz.2015)

²⁰⁸ TC Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, s.13

*2011 yılı verilerinden oluşmaktadır.

Personel açısından değerlendirildiğinde; imalat sanayinde çalışan ar-ge personelinin %2,65'i tekstilde, %0,68'i hazır giyim sektöründe çalışmaktadır. Kayıtlı istihdam sayıları incelendiğinde ar-ge personeli istihdam oranının düşük kaldığı görülmektedir.

2.2.3. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticaret Yapısı

Türk tekstil imalatı sanayi özellikle 1980 yılından sonra ihracata dayalı üretime başlamış ve AB ile kurulan yakın işbirliği sayesinde önemli bir konuma yükselmiştir.²⁰⁹ AB ile Gümrük Birliği öncesinde, sektörde karlılığın oldukça yüksek seviyelere çıktığı 1995 yılında, Gümrük Birliği sonrasında rekabet gücünün en fazla tekstil ve konfeksiyonda olacağı beklentisinin oluşması sonucu, çoğunlukla yeni işletmeler tarafından kapasiteye yönelik büyük yatırımlar yapılmıştır. 1995-1998 döneminde Türkiye, dünya tekstil makinelerine en çok yatırım yapan ülkelerden biri olmuştur. AB'ye fason üretim yaparak başladıkları küresel pazarda sektörler, son dönemde, katma değeri yüksek, yenilikçi, bilgi ve ileri teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile organizasyon ve ihracat kapasitesi yüksek sanayiler olmayı hedeflemektedir.²¹⁰

AB ile tamamlanan gümrük birliği ile sektörün gelişimi hızlanmıştır. Türk tekstil imalat sanayi, gümrük birliğinin sağladığı teknik mevzuatlara ve standartlara uyumu, AB başta olmak üzere büyük pazarlara yakınlığı, kalifiye insan kaynağı ve tedarik zincirinin güçlü olması gibi unsurlar ile dünyanın en rekabetçi sektörleri arasında yer almaktadır. Sektör bu gücünü bugün esnek üretim, ürün geliştirme, yenilikçilik, tasarım ve markalaşma yetenekleri ile desteklemektedir.²¹¹

²⁰⁹ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.1

²¹⁰ T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, s.5

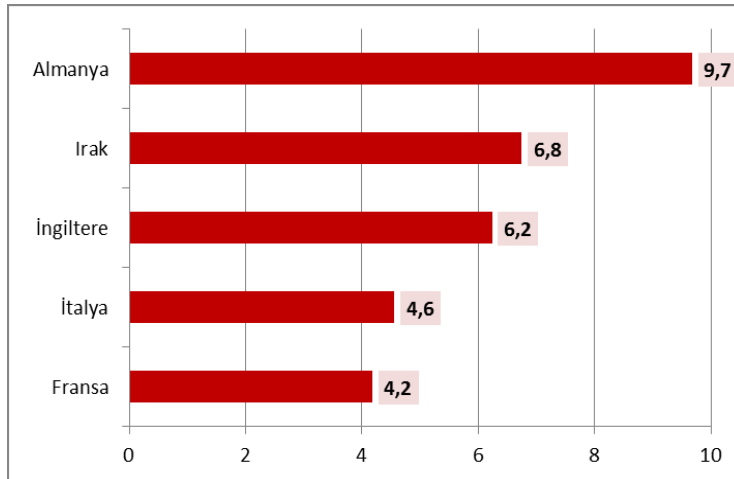
²¹¹ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.1

Tablo 76
Türkiye Genel Dış Ticareti

YILLAR	İHRACAT (\$)	YILLIK DEĞİŞİM	İTHALAT(\$)	YILLIK DEĞİŞİM
2005	73.476.408.143	-	116.774.150.907	-
2006	85.534.675.518	16,40%	139.576.174.148	19,5%
2007	107.271.749.904	25,40%	170.062.714.501	21,8%
2008	132.027.195.626	23,10%	201.963.574.109	18,8%
2009	102.142.612.603	-22,60%	140.928.421.211	-30,2%
2010	113.883.219.184	11,50%	185.544.331.852	31,7%
2011	134.906.868.830	18,50%	240.841.676.274	29,8%
2012	152.461.736.556	13,00%	236.545.140.909	-1,8%
2013	151.802.637.087	-0,40%	251.661.250.110	6,4%
2014	157.715.040.403	3,90%	242.223.958.803	-3,7%

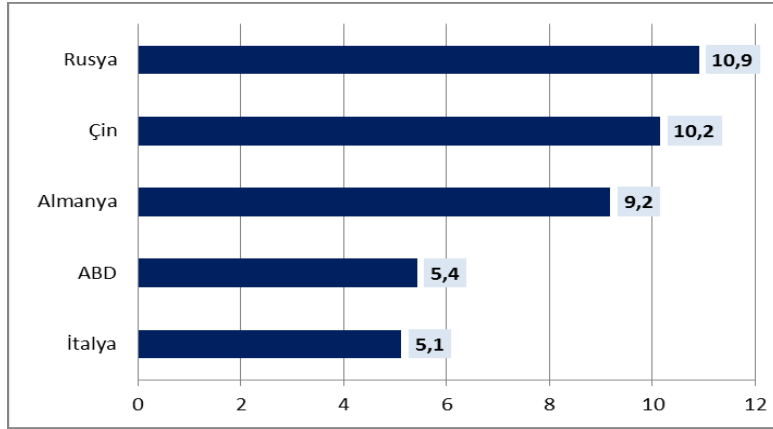
Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Türkiye Genel, Hazır Giyim, Tekstil, Deri ve Halı Dış Ticareti 2005-2014 Yıllık”, İstanbul, 2015, s.2

Türkiye Genel dış ticaret rakamları Tablo 75’de yer almaktadır. 2014 yılı genel ihracatın en fazla yapıldığı ülke Almanya, ikinci ülke Irak’tır. En fazla ithalat ise Rusya’dan yapılmıştır. En fazla ithalat yapılan diğer ülkeler ise; Çin, Almanya, ABD, İtalya olarak sıralanmaktadır.



Şekil 10: Türkiye Genel İhracatında İlk 5 Ülke (% Pay)

Kaynak: TC Ekonomi Bakanlığı, Ekonomik Görünüm, Ekim 2014, [http:// www.ekonomi.gov.tr](http://www.ekonomi.gov.tr) (28 Temmuz 2015), s.31



Şekil 11: Türkiye Genel İthalatında İlk 5 Ülke (% Pay)

Kaynak: TC Ekonomi Bakanlığı, Ekonomik Görünüm, Ekim 2014, [http:// www.ekonomi.gov.tr](http://www.ekonomi.gov.tr) (28 Temmuz 2015), s.31

2015 yılı Ocak ayında Türkiye'nin genel ihracatı %9,8 oranında gerileyerek 10,8 milyar dolara inmiştir. Bu dönemde aynı şekilde sanayi ürünleri ihracatı da %9,8 oranında gerilemiş ve 8,7 milyar dolar değerinde gerçekleşmiştir. Bu dönemde 650 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilen tekstil ve hammaddeleri sektörünün genel ihracattaki payı %6'ya ve sanayi ürünleri ihracatındaki payı ise %7,5'e gerilemiştir.²¹²

Tablo 77
Ocak 2015 Genel İhracat Performansı İçinde Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı

Genel İhracat Performansı İçinde Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı			
<i>Birim: 1000 \$</i>			
	2014 Ocak	2015 Ocak	Değişim
Türkiye Genel İhracatı	11.976.843	10.803.970	-9,8%
Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı	767.902	650.150	-15,3%
Teks.ve Hammaddeleri İhracatının Payı %	6,4%	6,0%	
Sanayi İhracatı	9.649.323	8.699.209	-9,8%
Teks.ve Hammaddeleri İhracatının Sanayi İhracatındaki Payı %	8,0%	7,5%	

Kaynak: İTKİB, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu, Şubat 2015 (01 Ağustos 2015), s.1

²¹² İTKİB, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu, Şubat 2015 https://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2015/1_tekstil_bilgi_notu_ocak_2015_sifreli.pdf (29 Temmuz 2015), s.1

Sektör hammaddeleri açısından değerlendirildiğinde; ithalatın ihracattan daha hızlı bir büyüme kaydettiği ve ithalatın 2011 yılında 10.386.750.480 Usd ile en üst seviyeye ulaştığı görülmektedir. Dış ticaret açığı en fazla 2010 yılında yaşanmış, bu açık 2012 yılında büyük oranda azalmıştır.

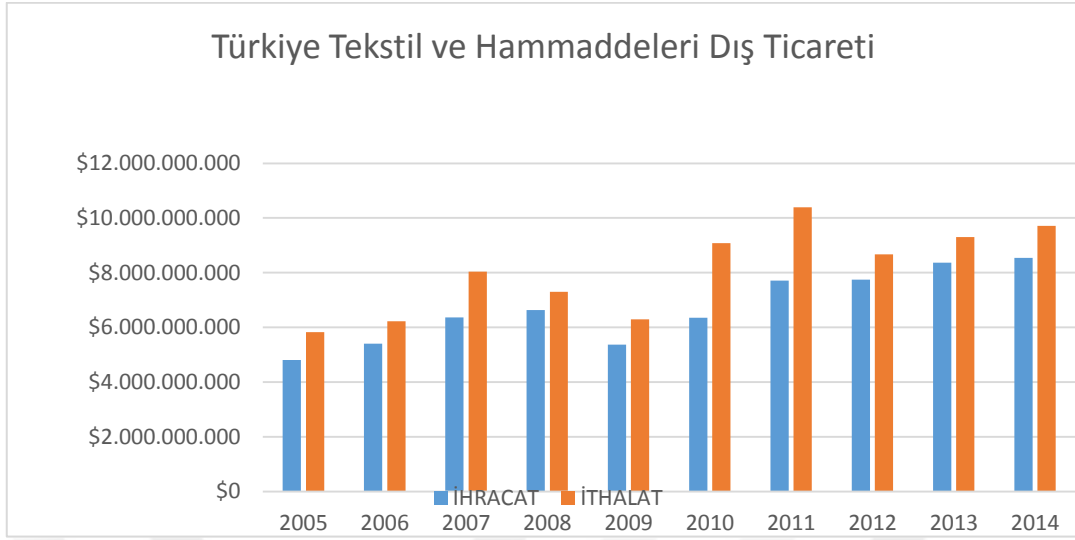
Tablo 78
Türkiye Tekstil ve Hammaddeleri Dış Ticareti

YILLAR	İHRACAT (\$)	DEĞİŞİM	İTHALAT (\$)	DEĞİŞİM
2005	4.807.143.218	-	5.833.449.775	-
2006	5.403.521.229	12,40%	6.222.227.006	6,7%
2007	6.363.917.840	17,80%	8.039.756.467	29,2%
2008	6.640.492.320	4,30%	7.301.405.106	-9,2%
2009	5.373.838.174	-19,10%	6.301.148.239	-13,7%
2010	6.352.784.994	18,20%	9.079.066.534	44,1%
2011	7.707.384.326	21,30%	10.386.750.480	14,4%
2012	7.749.225.552	0,50%	8.674.485.448	-16,5%
2013	8.367.973.140	8,00%	9.301.562.715	7,2%
2014	8.538.829.180	2,00%	9.712.898.633	4,4%

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Türkiye Genel, Hazır Giyim, Tekstil, Deri ve Halı Dış Ticareti 2005-2014 Yıllık”, İstanbul, 2015, s.4

2014 yılında ise tekstil ve hammaddeleri dış ticaretinde 1.174 Milyon Usd açık meydana gelmiştir. Sektörün geleceği açısından değerlendirildiğinde hammaddelerde dışa bağımlılık olumsuz bir etken olarak görülmektedir. 2015 yılı Ocak ayı verilerinde ise 2013 yılının Ocak ayına göre ihracat %15,3 oranında düşüşle 650 Milyon dolara gerilemiştir.²¹³

²¹³ İTKİB, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu, s.1



Şekil 12: Türkiye Tekstil ve Hammaddeleri Dış Ticareti

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Türkiye Genel, Hazır Giyim, Tekstil, Deri ve Halı Dış Ticareti 2005-2014 Yıllık”, İstanbul, 2015, s.4

2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, dünya hazır giyim pazarında hem arz hem de talep yönünde şiddetli bir rekabet yaşanmaya başlamıştır. Kötüleşen ekonomik koşullar nedeniyle A.B.D, Almanya ve Japonya gibi büyük ülkelerde tüketicilerin satın alma kararlarında fiyatın önemi artmaya başlamıştır. Özellikle, tüketicilerin belirli bir kalitedeki ürünü daha düşük fiyatlardan talep etmesi, hazır giyim ürünleri üzerinde ciddi bir fiyat baskısı yaratmıştır. Diğer taraftan, perakende sektöründe faaliyet gösteren firmaların çeşitlenmesi, sayılarının artması ve faaliyetlerinin genişlemesi hazır giyim ürünlerindeki fiyat rekabetini şiddetlendirmiştir.

Tablo 79
Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

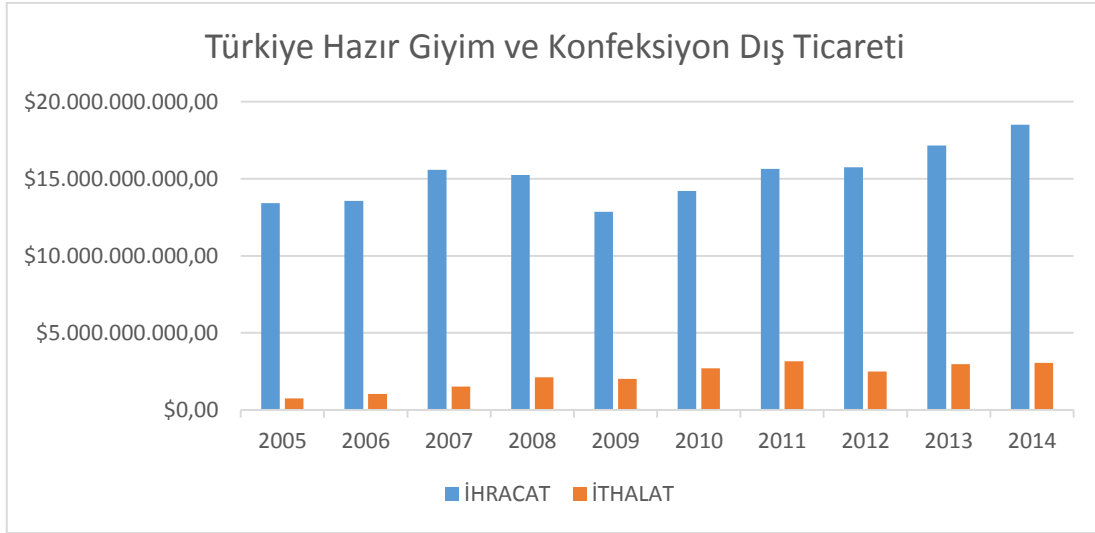
YILLAR	İHRACAT (\$)	YILLIK DEĞİŞİM	İTHALAT(\$)	YILLIK DEĞİŞİM
2005	13.422.476.709	-	751.144.589	-
2006	13.569.690.083	1,10%	1.039.973.044	38,5%
2007	15.577.956.348	14,80%	1.520.571.873	46,2%
2008	15.251.170.762	-2,10%	2.122.526.496	39,6%
2009	12.868.195.771	-15,60%	2.020.994.943	-4,8%
2010	14.205.917.174	10,40%	2.704.270.671	33,8%
2011	15.648.660.734	10,20%	3.165.676.374	17,1%
2012	15.753.400.255	0,70%	2.502.472.382	-20,9%
2013	17.150.270.228	8,90%	2.971.397.265	18,7%
2014	18.499.643.985	7,90%	3.062.519.116	3,1%

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Türkiye Genel, Hazır Giyim, Tekstil, Deri ve Halı Dış Ticareti 2005-2014 Yıllık”, İstanbul, 2015, s.3

2007 yılı tekstil ve hazır giyim sektörü açısından yaraların sarıldığı bir yıl olmuştur. Sektör %15’e yakın artış hızına ulaşarak 2006 yılına göre gözle görülür bir iyileşme yakalarken, Çin ve Hindistan’daki ucuz işçiliğe rağmen umutların ihracata bağlandığı da ortaya çıkmıştır. 2007 yılında tekstil ve hazır giyim ihracatı %14,80 artışla 16 milyar dolara yaklaşmıştır.²¹⁴ Türkiye ihracatçıları meclisi tarafından açıklanan 2008 yıllık ihracat istatistiklerine göre ise, Türkiye’nin 15,2 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı ile 2007 yılına kıyasla ihracatta dolar bazında %2,1 oranında düşüş meydana gelmiştir.²¹⁵ 2008 yılında, Türkiye’nin genel ihracatı 2007 yılına kıyasla %20,3 oranında artışla, 107 milyar dolardan 132,5 milyar dolara yükselmiştir. 2008 yılında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki %2,1 düşüş meydana gelerek, %23,3’lük genel ihracat artışının gerisinde bir performans göstermesi dolayısıyla, genel ihracatta hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının payı 2007 yılında %14,5 iken, 2008 yılında %11,5 seviyesine gerilemiştir. 2011 yılında ise genel ihracattaki %19 artışa karşın hazır giyimde %10 artış gerçekleşmiş ve 15.648 milyon USD ihracat gerçekleşmiştir. 2013 ve 2014 yıllarında da ihracattaki artış devam etmiştir. 2014 yılında yaklaşık 18.500 Milyon dolar ihracat geliri elde edilmiştir.

²¹⁴ Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi. “Tekstil Sektöründe İhracat da Sıkıntılar da Artıyor”. İstanbul, Şubat 2008, Sayı: 336, s.19

²¹⁵ İTKİB Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, 2008 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2009, s.24



Şekil 13: Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Kaynak: İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, “Türkiye Genel, Hazır Giyim, Tekstil, Deri ve Halı Dış Ticareti 2005-2014 Yıllık”, İstanbul, 2015, s.3

2005-2006 yıllarında 11,5 milyar dolar olan hazır giyim ihracatı, 2007 yılında %115,6 artarak 13,5 milyar dolar olmuştur. 2008 yılında ise İngiltere’ye olan ihracat %20’si, ABD’ye olan ihracat %40’ı düşmüş, toplam ihracat %2,3 azalarak 13,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2009’da küresel krize bağlı dış talepteki daralmanın sonucu olarak %14,7 gerilemiş, 11,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2010 yılında yeniden artarak %10,3 oranında artış göstermiş 12,4 milyar dolar olmuştur. 2011-2012 yıllarında sırasıyla %9,4 ve %2,5 artış sağlanmış, 2013 yılında ise %8,1 artışla 15 milyar dolar tutarında hazır giyim ürünü ihraç edilmiştir.²¹⁶

Türk tekstil sektörünün ürün kalitesi ve üretim teknolojisi çağdaş dünya standartlarındadır. Sektörün artarak dış ticaret fazlası vermesi bu durumu kanıtlar niteliktedir. Üretimin yaklaşık %75’i 10 yaşından daha genç makine ve teçhizatla gerçekleştirilmektedir. Özellikle 1980 yılından sonra hammadde ve işgücüne dayalı sahip olunan mukayeseli üstünlükler etkin bir şekilde kullanılarak sektör altyapısında önemli yatırımlar yapılmıştır. Sonuçta dış talep destekli bir büyüme sağlanmıştır. Bugün gelinen noktada tekstil ve konfeksiyon sektörünün üretim, istihdam ve ihracat içinde önemli bir paya sahiptir.²¹⁷

²¹⁶ TC Ekonomi Bakanlığı, Hazırgiyim Sektörü, <http://www.ekonomi.gov.tr>, s.2 (1.Ağustos.2015)

²¹⁷ Türkan, s.70

Şekil 13 incelendiğinde Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon ticaretinin 2005 yılından 2014 yılına kadar dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir. 2013 ve 2014 yıllarında ithalat artmasına rağmen ihracat da artmış 2013 yılında 14.178.872.963 Usd, 2014 yılında ise 15.437.124.869 Usd dış ticaret fazlası ortaya çıkmıştır.

Tablo 80
Türkiye'nin Örmeye Giyim İhracatı, İthalatı ve Dış Ticaret Açığı (1000 ABD \$)

GTİB	Ürün Tanımı	2011			2012			2013			2014		
		İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası
6101	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	40.285	13.817	26.468	37.215	9.459	27.756	35.434	11.175	24.259	38.455	10.154	28.301
6102	Kadın/kız çocuk için dış giyim	30.817	11.318	19.499	27.998	8.116	19.882	30.151	9.224	20.927	37.822	13.010	24.812
6103	Erkek/erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	215.840	23.809	192.031	253.197	22.276	230.921	348.935	30.541	318.394	374.671	34.391	340.280
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs.	1.123.845	76.755	1.047.090	1.107.212	68.352	1.038.860	1.212.305	72.559	1.139.746	1.371.324	86.824	1.284.500
6105	Erkek/erkek çocuk için gömlek	199.125	47.105	152.020	224.745	33.058	191.687	242.790	35.683	207.107	259.169	39.543	219.626
6106	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek/bluz	622.049	44.390	577.659	560.842	27.794	533.048	533.378	34.250	499.128	573.546	28.608	544.938
6107	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası	90.991	9.729	81.262	107.606	6.874	100.732	118.279	8.843	109.436	150.756	11.940	138.816
6108	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası	269.726	27.036	242.690	283.180	21.859	261.321	292.903	22.200	270.703	319.707	26.736	292.971
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası	3.049.125	194.208	2.854.917	3.087.438	127.569	2.959.869	3.278.085	168.519	3.109.566	3.569.463	186.261	3.383.202
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya	1.320.569	399.973	920.596	1.397.226	276.508	1.120.718	1.630.916	323.646	1.307.270	1.756.315	312.063	1.444.252
6111	Bebek için giyim eşyası	103.612	33.885	69.727	117.206	32.699	84.507	141.923	43.757	98.166	146.105	48.027	98.078
6112	Spor kıyafetleri, kayak, yüzme kıyafetleri	69.746	29.686	40.060	62.713	24.536	38.177	74.051	28.216	45.835	76.074	30.907	45.167
6113	Emdirilmiş, sıvanmış mensucatları örülmüş giyim eşyası	408	2.737	-2.329	176	2.389	-2.213	298	3.717	-3.419	636	4.594	-3.958
6114	Diğer giyim eşyası	150.264	9.228	141.036	119.865	6.197	113.668	115.327	6.621	108.706	85.400	6.684	78.716
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler	1.056.734	61.128	995.606	991.656	56.091	935.565	1.151.711	48.534	1.103.177	1.218.207	41.742	1.176.465
6116	Eldiven	2.945	80.244	-77.299	2.471	101.965	-99.494	2.511	76.087	-73.576	2.946	90.018	-87.072
6117	Giyim eşyasının diğer aksesuarı; hazır aksesuar ve parçaları	39.554	19.819	19.735	37.871	17.647	20.224	41.930	17.653	24.277	53.793	13.498	40.295
TOPLAM		8.385.635	1.084.867	7.300.768	8.418.617	843.389	7.575.228	9.250.927	941.225	8.309.702	10.034.389	985.000	9.049.389

Kaynak: İTKİB, Dünyada ve Türkiye’de Örmeye Kumaş Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler, Aralık 2014, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar> (5 Ağustos 2015, s.17, 24)

2013 yılında hazır giyim ihracatının 9,3 milyar doları örmeye ürünlerden, 5,7 milyar doları örülmemiş ürünlerden kaynaklanmıştır. 2014 yılında ise ülkemiz 10 milyar dolar örmeye ürün, 6,3 milyar dolar örülmemiş ürün ihracatı gerçekleştirmiştir.²¹⁸ Örmeye ürün ithalatı 935 milyon dolarda kalmıştır. Böylece örmeye üründen 9 milyar dolar

²¹⁸ TC Ekonomi Bakanlığı, Hazır giyim Sektörü, s.2

dış ticaret fazlası elde edilmiştir. Örülmemiş üründe ise 1,8 milyar dolar ithalat gerçekleşmiş, 4,3 milyar dolar dış ticaret fazlası elde edilmiştir.

Tablo 81
Türkiye'nin Örülmemiş Giyim İhracatı, İthalatı ve Dış Ticaret Açığı (1000 ABD \$)

GTİP	Ürün Tanımı	2011			2012			2013			2014		
		İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı/Fazlası
6201	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	81.330	177.954	-96.624	73.098	137.267	-64.169	86.544	157.635	-71.091	96.097	171.780	-75.683
6202	Erkek/erkek çocuk için dış giyim	96.503	152.499	-55.996	104.444	134.965	-30.521	108.617	165.645	-57.028	142.506	206.679	-64.173
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	1.382.184	341.648	1.040.536	1.473.559	293.315	1.180.244	1.512.655	367.141	1.145.514	1.567.297	345.528	1.221.769
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	2.069.654	449.418	1.620.236	2.202.108	355.682	1.846.426	2.283.807	442.724	1.841.083	2.418.754	414.296	2.004.458
6205	Erkek/erkek çocuk için gömlek	546.768	157.672	389.096	539.902	122.271	417.631	533.543	173.646	359.897	630.197	176.768	453.429
6206	Kadın/kız çocuk için gömlek, bluz, vs.	511.728	126.935	384.793	565.707	99.092	466.615	630.780	119.413	511.367	732.903	130.979	601.924
6207	Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim	47.635	3.354	44.281	39.758	2.586	37.172	42.912	2.111	40.801	46.941	2.422	44.519
6208	Kadın/kız çocuk için iç ve gece giyim eşyası	150.675	7.289	143.386	163.394	5.076	158.318	205.037	4.658	200.379	217.480	4.656	212.824
6209	Bebek için giyim eşyası ve aksesuar	38.601	19.701	18.900	43.737	14.351	29.386	54.973	19.477	35.496	74.757	20.614	54.143
6210	Plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası	15.688	152.858	-137.170	18.593	172.285	-153.692	20.535	211.565	-191.030	23.978	214.767	-190.789
6211	Kadın/kız çocuk için spor, kayak ve yüzme kıyafetleri vb giyim eşyası	65.612	73.137	-7.525	83.160	47.366	35.794	98.354	67.818	30.536	129.872	53.925	75.947
6212	Sütyen, korse, korse kemer, pantolon askısı, çorap bağı, jartiyer	67.524	117.926	-50.402	64.212	34.663	29.549	63.524	43.585	19.939	69.215	49.938	19.277
6213	Mendil	253	1.075	-822	449	508	-59	417	615	-198	810	812	-2
6214	Şal, eşarplar, fularlar, kaşkollar, peçe ve duvaklar vb eşya	34.226	51.552	-17.326	43.892	45.230	-1.338	57.917	51.521	6.396	68.831	56.333	12.498
6215	Boyun bağı, papyon	3.318	17.147	-13.829	3.735	8.204	-4.469	4.001	9.093	-5.092	4.511	8.727	-4.216
6216	kravat ve kravatlar	854	3.432	-2.578	965	3.241	-2.276	1.098	5.035	-3.937	1.036	3.316	-2.280
6217	Giyim eşyasının hazır teferruatı, parçaları, aksesuarları	11.906	20.717	-8.811	10.555	21.769	-11.214	10.878	21.236	-10.358	9.976	21.322	-11.346
	Toplam	5.124.459	1.874.314	3.250.145	5.431.268	1.497.871	3.933.397	5.715.592	1.862.918	3.852.674	6.235.161	1.882.862	4.352.299

Kaynak: İTKİB, Dünyada ve Türkiye'de Örme Kumaş Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler, Aralık 2014, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar> (5 Ağustos 2015, s.17, 24)

2014 yılında tişörtler 3,5 milyar dolar, kazaklar 1,7 milyar dolar, kadın ve kız çocuk takımlar 1,3 milyar dolar, çoraplar 1,2 milyar dolar ile en fazla ihracata sahip örme ürünleridir. Örülmemiş ürünlerde ise 2,4 milyar dolar ise kadın ve kız çocuk

takımları, 1,6 milyar dolar ile erkek ve erkek çocuk takımları en fazla ihracat geliri elde ettiğimiz alt kalemlerdir.

2.2.3.1. İhracat Yapısı

Günümüzde Türk tekstil ve hazır giyim sektörü büyük oranda ihracata yönelik bir sektördür.²¹⁹ Ülkemizde de tekstil imalatı sanayi, 23 bini aşan girişim sayısı, 342 bin kişilik istihdamı, 11 milyar dolarlık ihracatı, yüzde 9'un üzerindeki Türkiye imalat sanayi katma değerindeki payıyla ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Bütün bu özellikleriyle sektör dünya tekstil ihracatı içindeki payını %4'e yaklaştırırken, dünya sıralamasında yedinci sırada yer alma başarısını göstermiştir.²²⁰

Türkiye bugün AB ülkelerinin Çin'den sonra en büyük ikinci tekstil ve konfeksiyon ürünleri tedarikçisi konumundadır. Ayrıca birçok dünya markası ülkemizde üretirken, Türkiye firmaları da kendi markalarını yaratma konusunda yol almaktadır.²²¹

Türkiye ekonomisinde 1980'li yıllardan itibaren gözlenen yeniden yapılanma, dışa açılma çabaları ve ihracat olanaklarının da artması tekstil sektörüne de yansımış ve bu dönemde alınan mesafe, 90'lı yıllarda tekstilin Türkiye'nin en büyük sektörü olmasını sağlamıştır. Bu yıllarda sanayinin büyüme hızı ortalamanın çok üzerinde seyretmiş, Avrupa kotalarına rağmen, düşük maliyetli vasıflı işgücü, düşük maliyetli hammadde ve Türk firmalarının esnekliği sayesinde Türk tekstil ve hazır giyim sanayi Avrupa'nın en büyük ithalat ortağı haline gelmiştir.²²²

2015 yılı Ocak ayında tekstil ve hammaddeleri sektörümüzün ihracatını etkileyen olayların başında, bölgemizde yaşanan siyasi ve askeri çatışmaların neden olduğu istikrarsızlık, Rusya ekonomisindeki olumsuz gelişmeler ile AB ekonomisindeki sıkıntılar ile euro/dolar paritesindeki düşüşün Türkiye ihracatına olumsuz etkileri yer almaktadır. Tekstil ve hammaddeleri sektörümüzün başlıca pazarlarından Rusya'da

²¹⁹ Sevim ve Kuyumcu, s.1

²²⁰ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.1

²²¹ Çalışkan, s.4

²²² Ömer Güleriyüz, "Küresel Gelişmeler Işığında Türkiye'de Tekstil Sektörü ve Geleceği", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Süleyman Demirel Üniversitesi S.B.E, 2011, s.62

rublenin istikrarsız seyrinin Ocak ayında da devam etmesinin sonucu olarak firmalarımızın bu pazara ihracatta yaşanan fiyat tutturma ve rekabet sorunları devam etmiştir. Diğer taraftan yılın ilk bölümlerinde olumlu sinyaller vermesine rağmen gelinen noktada düşük büyüme ve deflasyon riskiyle karşı karşıya olan Euro Bölgesi ekonomilerinde tüketim ve talepte de düşüşler başladığı ve bu durumun AB pazarına ihracatımızı olumsuz etkilemeye başladığı görülmektedir.²²³ Tekstil ve hammaddeleri sektörümüz ihracatının büyük bölümünün AB'ye yapıldığını ve ihracat gelirlerinin euro ağırlıklı olduğu, buna karşılık ithalat girdilerinin dolar ağırlıklı olduğu göz önüne alındığında, son dönemde doların euroya karşı değer kazanması sektörümüzün aleyhine ciddi bir gelişme olarak görülmelidir.

Türkiye genel ihracatı 2014 yılını %4 artışla 157,7 milyar dolarla kapatarak Orta Vadeli Program (OVP) hedefinin altında kalırken, ithalat ise %3,7 oranında düşüşle 242,2 milyar dolara gerilemiştir. Böylelikle 2013 yılında %60,3 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, 2014 yılı sonunda %65,1'e yükselmiştir. Aynı dönemde dış ticaret açığı ise %15,4 düşüşle 84,5 milyar dolara gerilemiştir. Tekstil ve hammaddeleri sektörü 2014 yılını %6 artışla 8,9 milyar dolar ihracat performansı ile kapatırken, başta Rusya olmak üzere Türkiye'nin çevresindeki çatışma ve krizlerin yaşanmaması durumunda ihracat performansının 10 milyar doları geçmiş olacağı değerlendirilmektedir. Tekstil ve hammaddeleri ihracatı yeni yılın ilk ayında ise büyük oranda euro/dolar paritesinde yaşanan hızlı düşüş ve kısmen eksik iş gününün etkisiyle %15,3 düşüşle 650 milyon dolara gerilemiştir.

²²³İTKİB Genel Sekreterliği Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Performansı, Şubat 2015, s. 12

Tablo 82
Ocak 2014 ve Ocak 2015 Ürün Grupları Bazında Tekstil ve Hammadde İhracatı

Ürün Grupları Bazında Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı				
Birim: 1.000 \$	2014 Ocak	2015 Ocak	Pay	Değişim
Sentetik-Sunî Devamsız Lifler	37.326	32.313	5,0%	-13,4%
Pamuk Lifleri	14.203	14.094	2,2%	-0,8%
Yün ve İnce-Kaba Hayvan Kolları	4.639	3.133	0,5%	-32,5%
Bitkisel lifler	17	1	0,0%	-91,7%
İpek Lifi	-	-	0,0%	#DIV/0!
Elyaf* İhracatı	56.185	49.542	7,6%	-11,8%
Sentetik-Sunî Filament İplikleri	61.487	55.927	8,6%	-9,0%
Pamuk İpliği	47.857	41.705	6,4%	-12,9%
Sentetik-Sunî Devamsız Liflerden İplikler	47.314	35.970	5,5%	-24,0%
Yün ve İnce-Kaba Hayvan Kollarından İplikler	4.117	3.201	0,5%	-22,3%
Bitkisel Liften İplik	444	273	0,0%	-38,6%
İpek İpliği	18	30	0,0%	64,5%
İplik* İhracatı	161.238	137.106	21,1%	-15,0%
Pamuklu Dokuma Kumaş	105.707	82.884	12,7%	-21,6%
Sentetik-Sunî Filament İpliklerinden Dokuma Kumaş	97.178	79.969	12,3%	-17,7%
Sentetik-Sunî Devamsız Lif. İpliklerden Dokuma Kumaş	35.644	32.566	5,0%	-8,6%
Yün ve İnce-Kaba Hayvan Kollarından Dokuma Kumaş	5.565	4.506	0,7%	-19,0%
Bitkisel Liften Dokuma Kumaş	2.586	1.773	0,3%	-31,5%
İpekli Dokuma Kumaş	132	161	0,0%	22,0%
Dokuma Kumaş* İhracatı	246.811	201.857	31,0%	-18,2%
Diğer Örme Kumaş	73.156	64.629	9,9%	-11,7%
Örme Kumaş (%5 elastomerik veya kauçuklu iplik içeren, eni 30 cm geçen ve geçmeyen örme kumaşlar)	46.508	34.328	5,3%	-26,2%
Çözümlü Örme Kumaş	19.288	14.553	2,2%	-24,5%
Örme Tüylü Kumaş	3.265	3.281	0,5%	0,5%
Örme Kumaş İhracatı	142.217	116.791	18,0%	-17,9%
Dokusuz Yüzeyler (non-woven)**	37.589	33.126	5,1%	-11,9%
Diğer Tekstil Ürünleri İhracatı	123.863	111.728	17,2%	-9,8%
Toplam Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı	767.902	650.150	100,0%	-15,3%

Kaynak: İTKİB, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu, Şubat 2015

<https://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2015> (2 Ağustos 2015), s.14

*Fasıl 50,51,52,53,54 ve 55'de yer alan ürünler dikkate alınmıştır.

**Keçeler ve vatkalılar dahildir.

Tablo 83
Türkiye'nin En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler*

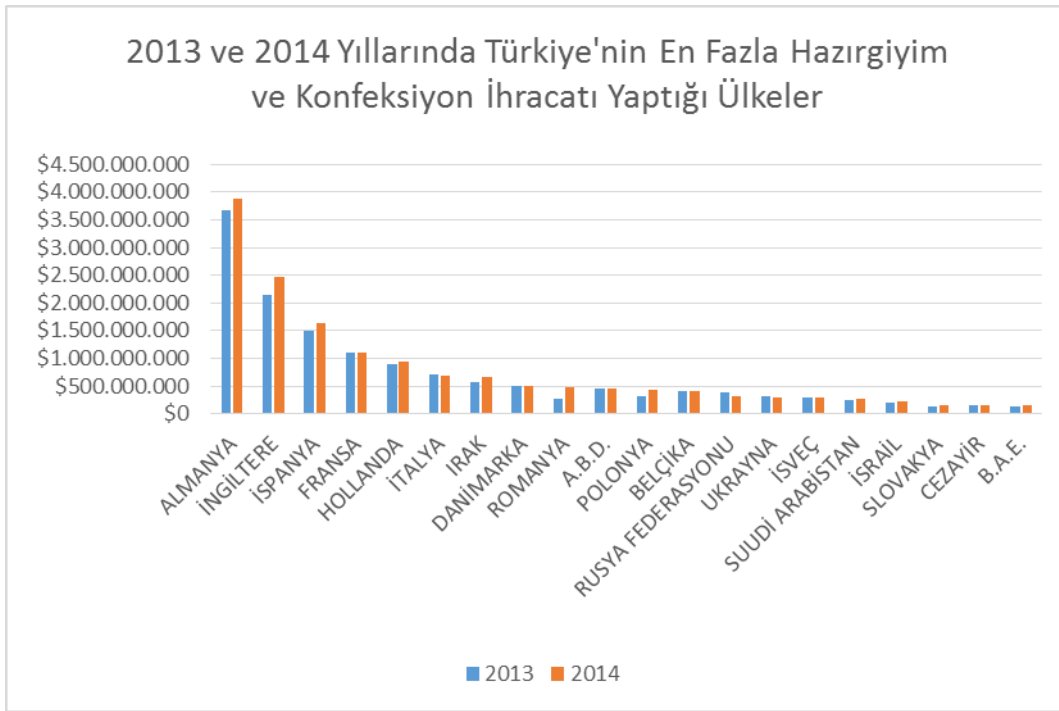
ÜLKELER	2013	2014	2013/2014 DEĞİŞİM	TOPLAM İÇİNDEKİ PAY
ALMANYA	3.672.551.501	3.874.401.358	5,5%	20,9%
İNGİLTERE	2.150.012.379	2.467.226.333	14,8%	13,3%
İSPANYA	1.497.075.359	1.633.741.723	9,1%	8,8%
FRANSA	1.111.324.729	1.114.246.827	0,3%	6,0%
HOLLANDA	901.939.734	948.190.720	5,1%	5,1%
İTALYA	702.627.235	690.407.454	-1,7%	3,7%
IRAK	574.136.416	668.780.127	16,5%	3,6%
DANİMARKA	494.463.740	502.343.767	1,6%	2,7%
ROMANYA	259.842.276	476.188.947	83,3%	2,6%
A.B.D.	443.272.087	462.562.298	4,4%	2,5%
POLONYA	320.828.497	434.940.029	35,6%	2,4%
BELÇİKA	406.527.824	399.980.836	-1,6%	2,2%
RUSYA FEDERASYONU	390.205.394	326.406.423	-16,4%	1,8%
UKRAYNA	323.713.667	303.331.759	-6,3%	1,6%
İSVEÇ	290.831.842	291.573.949	0,3%	1,6%
SUUDİ ARABİSTAN	250.090.615	279.191.005	11,6%	1,5%
İSRAİL	193.519.057	225.888.503	16,7%	1,2%
SLOVAKYA	130.869.680	159.511.514	21,9%	0,9%
CEZAYİR	159.548.593	158.891.007	-0,4%	0,9%
B.A.E.	137.618.843	146.977.421	6,8%	0,8%
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	14.410.999.468	15.564.782.000	8,0%	84,1%
TÜRKİYE HAZIR GİYİM İHRACATI	17.150.270.228	18.499.643.985	7,9%	100,0%
İLK 20 ÜLKE PAYI	84,0%	84,1%		

Kaynak: İTKİB, “Türkiye’nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014”, İstanbul, 2015, s.3

*Para birimi ABD Dolarıdır.

Türkiye’nin en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yaptığı ülkeler Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda, İtalya ve Irak olarak sıralanmaktadır. İlk 20 ülkenin toplam hazır giyim ve konfeksiyon içindeki payı 2013 ve 2014 yıllarında

paralel bir seyir izleyerek %84'ü aşmıştır. Genel ihracat içerisindeki payı %20,9 olan Almanya'nın 2014 yılında gerçekleştirdiği büyüme ile paralel olarak yapılan ihracatta %5,5 artmıştır. En fazla ihracat yapılan on ülkenin yedisinde %0,3 ile %16,5 arasında değişen oranlarda artışlar olurken, İtalya'da ihracatta %1,7 düşüş olmuştur. Irak, Romanya ve Cezayir'e yapılan ihracatlar da ise, bu ülkelerin refah düzeyleri ve mali durumlarının artışı ve Türk firmalarının buralarda mağazalar açması ile ihracatımız da son dönemde ciddi artışlar meydana gelmiştir.



Grafik 10: 2013 ve 2014 Yıllarında Türkiye'nin En Fazla Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Ülkeler

Kaynak: İTKİB, "Türkiye'nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014", İstanbul, 2015, s.3

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

küresel yapısında Türkiye lehine gelişmeler de yaşanmaktadır. 2009 küresel krizinden tüm sektörler gibi olumsuz etkilense de Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri, alıcıların stoksuz çalışması ve küçük alımlara yönelmesi sebebiyle hızlı teslimat avantajını kullanmış, Uzakdoğu'nun müşterilerini Türkiye'ye çekmeyi başarmıştır.²²⁴ 2013 yılında Türkiye'den 203 ülkeye 17,4 milyar dolar, 2014 yılında 18,4 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapılmıştır. 2012 yılına kıyasla ihracatta, dolar bazında %8,3 oranında artış meydana gelmiştir. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, 2013 yılını otomotiv endüstrisi ve kimyevi maddeler sektörünün ardından, en fazla ihracat yapan üçüncü sektör olarak bitirmiştir.²²⁵ Hazır Giyim ve konfeksiyon sektörü 2014 yılında ise otomotiv sektörünün ardından, en fazla ihracat yapan ikinci ülke olmuştur.²²⁶

²²⁴Türkiye Cumhuriyeti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü.

http://www.uis.gov.tr/media/1203/uis_izleme_degerlendirme_raporu215-233.pdf,s.208 (10.05.2015)

²²⁵İTKİB Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2013 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2014, s.4

²²⁶İTKİB Hazır Giyim ve Konfeksiyon Şubesi, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2014 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2015, s.4

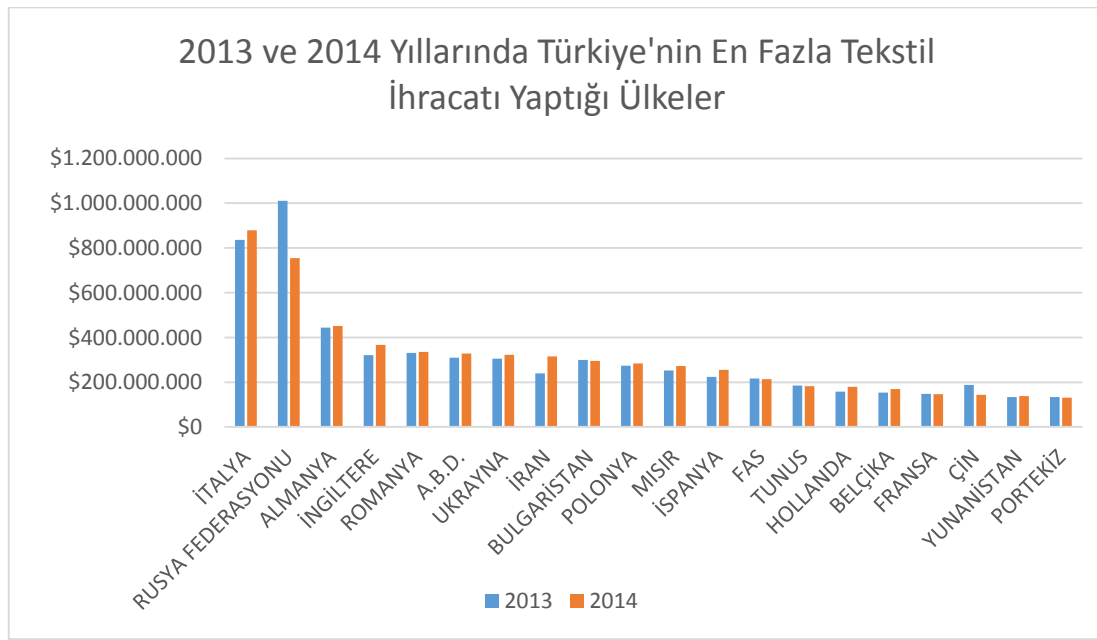
Tablo 84
Türkiye'nin En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığı Ülkeler*

ÜLKELER	2013	2014	2013/2014 DEĞİŞİM	TOPLAM İÇİNDEKİ PAY
İTALYA	836.527.432	879.599.520	5,1%	10,3%
RUSYA FEDERASYONU	1.010.463.039	754.348.774	-25,3%	8,8%
ALMANYA	444.308.920	450.680.957	1,4%	5,3%
İNGİLTERE	321.585.116	366.427.253	13,9%	4,3%
ROMANYA	331.355.177	335.062.979	1,1%	3,9%
A.B.D.	309.069.415	328.128.427	6,2%	3,8%
UKRAYNA	305.837.540	323.035.536	5,6%	3,8%
İRAN	239.954.732	315.290.782	31,4%	3,7%
BULGARİSTAN	299.056.615	295.685.620	-1,1%	3,5%
POLONYA	273.439.996	284.425.674	4,0%	3,3%
MISIR	252.898.764	272.998.843	7,9%	3,2%
İSPANYA	223.968.425	254.624.635	13,7%	3,0%
FAS	216.966.820	213.976.779	-1,4%	2,5%
TUNUS	185.314.720	181.893.549	-1,8%	2,1%
HOLLANDA	158.496.998	179.310.308	13,1%	2,1%
BELÇİKA	153.519.255	168.625.549	9,8%	2%
FRANSA	147.887.095	146.492.197	-0,9%	1,7%
ÇİN	188.220.927	143.605.125	-23,7%	1,7%
YUNANİSTAN	133.184.583	137.908.060	3,5%	1,6%
PORTEKİZ	133.521.833	130.208.659	-2,5%	1,5%
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	6.165.577.402	6.162.329.226	-0,1%	72,2%
TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI	8.367.973.140	8.538.829.180	2%	100,0%
İLK 20 ÜLKE PAYI	73,7%	72,2%		

Kaynak: İTKİB, “Türkiye’nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014”, İstanbul, 2015, s.4

*Para birimi ABD Dolarıdır.

Tekstil ve hazır giyim sektörü, gerek ihracattaki yüksek pay ile gerekse Türkiye ekonomisine sağladığı katma değer ile ülkede önemli bir yere sahiptir. Bütün gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi ülke ekonomisine sağladığı katkısının yanında bir çok kişiye de iş imkanı sağlamaktadır. Bu sektörde yaklaşık olarak iki buçuk milyona yakın kişi çalışmakta ve dolaylı olarak da on milyona yakın kişiye istihdam sağlamaktadır.²²⁷



Grafik 11: 2013 ve 2014 Yıllarında Türkiye'nin En Fazla Tekstil İhracatı Yaptığı Ülkeler

Kaynak: İTKİB, “Türkiye’nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014”, İstanbul, 2015, s.3

2.2.3.2. İthalat Yapısı

Tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün uluslararası rekabet edebilirliğini devam ettirmek, “hızlı moda” kavramına uygun üretim sürecinde pazarın gerektirdiği ürün çeşitliliğini sağlamak gibi nedenlerle ithal edilen elyaf, iplik ve kumaş gibi tekstil materyallerinin ithalatı ile karşılaştırıldığında değer olarak daha az olan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı, 2005 yılından 2013 yılına yüksek oranlı artışlarla 3

²²⁷ Özgür, s.19

milyar doları ve tekstil sektörü de 9 milyar doları bulmuştur. Türkiye 2014 yılında 141 farklı ülkeden 9,3 milyar USD değerinde tekstil ve 3,06 milyar USD değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapmıştır.²²⁸

Tablo 85
Türkiye’nin En Fazla Hazır Giyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler

ÜLKELER	2013	2014	2013/2014 DEĞİŞİM	TOPLAM İÇİNDEKİ PAY
ÇİN	895.302.911	906.164.115	1,2%	29,6%
BANGLADEŞ	785.364.397	772.436.939	-1,6%	25,2%
İTALYA	151.462.759	165.860.150	9,5%	5,4%
MISIR	141.053.844	137.782.085	-2,3%	4,5%
HİNDİSTAN	114.361.205	121.042.429	5,8%	4%
KAMBOÇYA	63.317.997	94.219.402	48,8%	3,1%
VİETNAM	73.101.379	89.237.305	22,1%	2,9%
İSPANYA	60.127.902	65.690.239	9,3%	2,1%
GÜRCİSTAN	37.944.245	54.485.782	43,6%	1,8%
FAS	54.491.290	51.684.778	-5,2%	1,7%
MERSİN SERBEST BÖ	36.970.980	48.506.802	31,2%	1,6%
SRİ LANKA	36.861.364	44.059.673	19,5%	1,4%
ROMANYA	42.184.331	43.565.573	3,3%	1,4%
PAKİSTAN	33.791.999	43.253.402	28%	1,4%
ALMANYA	34.066.774	38.716.568	13,6%	1,3%
PORTEKİZ	34.962.814	38.138.627	9,1%	1,2%
BULGARİSTAN	34.103.203	34.208.439	0,3%	1,1%
ENDONEZYA	32.283.624	31.159.586	-3,5%	1%
İNGİLTERE	22.916.459	21.939.057	-4,3%	0,7%
TUNUS	30.413.707	21.270.214	-30,1%	0,7%
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	2.715.083.184	2.823.421.165	4%	92,2%
TÜRKİYE HAZIR GİYİM İTHALATI	2.971.397.265	3.062.519.116	3,1%	100,0%
İLK 20 ÜLKE PAYI	91,4%	92,2%		

Kaynak: İTKİB, “Türkiye’nin En Fazla İthalat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014”, İstanbul, 2015, s.3

²²⁸ İTKİB Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2013 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2014, s.59

Tablo 86
Türkiye'nin En Fazla Tekstil İthalatı Yaptığı Ülkeler

ÜLKELER	2013	2014	2013/2014 DEĞİŞİM	TOPLAM İÇİNDEKİ PAY
ÇİN	1.744.103.689	1.903.929.141	9,2%	19,6%
A.B.D.	950.344.995	993.840.964	4,6%	10,2%
HİNDİSTAN	696.885.391	849.697.613	21,9%	8,7%
ENDONEZYA	669.611.315	752.363.399	12,4%	7,7%
İTALYA	582.553.365	559.617.826	-3,9%	5,8%
TÜRKMENİSTAN	437.334.655	454.312.655	3,9%	4,7%
ALMANYA	480.672.264	445.332.747	-7,4%	4,6%
VİETNAM	398.116.257	343.802.277	-13,6%	3,5%
GÜNEY KORE	259.727.915	306.213.498	17,9%	3,2%
MISIR	285.190.228	292.821.060	2,7%	3%
BANGLADEŞ	193.469.399	228.141.253	17,9%	2,3%
YUNANİSTAN	293.657.666	208.940.246	-28,8%	2,2%
MALEZYA	186.034.702	208.787.150	12,2%	2,1%
PAKİSTAN	189.339.675	208.150.864	9,9%	2,1%
TAYLAND	132.363.786	186.421.362	40,8%	1,9%
AVUSTURYA	122.698.315	138.770.666	13,1%	1,4%
TAYVAN	134.621.438	132.118.913	-1,9%	1,4%
İSPANYA	150.930.243	117.149.894	-22,4%	1,2%
İNGİLTERE	106.658.304	104.166.305	-2,3%	1,1%
ÖZBEKİSTAN	88.586.780	94.292.732	6,4%	1%
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	8.102.900.382	8.528.870.565	5,3%	87,8%
TÜRKİYE TEKSTİL İTHALATI	9.301.562.715	9.712.898.633	4,4%	100,0%
İLK 20 ÜLKE PAYI	87,1%	87,8%		

Kaynak: İTKİB, “Türkiye’nin En Fazla İthalat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014”, İstanbul, 2015, s.4

2014 yılında Hazır giyim ve konfeksiyon ithalatının en fazla yapıldığı ülke 2013 yılına göre %9,2 artışla Çin Halk Cumhuriyeti olmuştur. Toplamda yapılan 3,06 Milyar USD’lik hazır giyim ithalatının 1.903 Milyon USD ile %19,6’sı Çin’den

yapılmaktadır. İkinci sırada ise Bangladeş yer almaktadır. Toplam içerisindeki payı %25,2 dir. Diğer bir deyişle Türkiye'nin hazır giyim tedarikinin yarısından fazlası Çin ve Bangladeş'ten yapılmaktadır. Bu ülkeleri sırasıyla; İtalya, Mısır ve Hindistan takip etmektedir. İtalya'dan ithalat %9,5 artışla 151,4 milyon dolara yükselirken, Mısır'dan ithalat %2,3 oranında düşerek 141 milyon dolardan 137,7 milyon dolara gerilemiştir. Beşinci en fazla ithalat yapılan ülke Hindistan'da ithalat yaklaşık %6 oranında artarak 121 milyon dolara yükselmiştir. İtalya'dan yapılan ithalatın Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında payı %5,4, Mısır'dan yapılan ithalatın payı %4,5 ve Hindistan'dan yapılan ithalatın payı %4'tür.

2011 yılında yaşanan küresel kriz sonrası tekstilde ve hazır giyimde ithalat artışı devam etmiş ve 2013 yılında gerçekleşen toplam ihracatın, 12 milyar USD ile %4,9'unu kapsamaktadır. 2012 yılında 2011 yılına kıyasla %21 azalan hazır giyim ve oranında azalarak 3,2 milyar dolardan 2,5 milyar dolara düşen hazır giyim ve konfeksiyon ithalatının, 2013 yılında tekrar artışa geçerek yılın ilk onbir ayı itibarıyla 2012 yılı rakamını geçmiş olması, dikkate değer görülmektedir.²²⁹

Artan iç talebin etkisiyle Türkiye'nin genel ithalatı 2013 yılında %6 artış ile 251 milyar USD seviyesine yükselmiştir. 2014 yılında ise 242 milyar USD olmuştur. Böylece 2014 yılının genel ihracatının %4 e yakını tekstil ithalatından oluşmaktadır.

²²⁹ İTKİB Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2013 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2014, s.59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN ANALİZİ

3.1. Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün SWOT Analizi

Türkiye ekonomisinde tekstil ve hazır giyim sektörü, işyeri sayısı, üretim değeri, yarattığı katma değer ve istihdam, ihracat düzeyi, ileri-geri bağlantıları, dünya tekstil üretimi ve ticaretindeki konumu itibarıyla önemli sanayi sektörlerindendir.²³⁰ Sektörde faaliyet gösteren firmaların, dünya ticaretinde gelişen koşullara uyum sağlaması, dünya ticaretindeki yerini koruması ve ekonomik krizin olumsuz etkilerini gidermesi açısından gerekli tedbirlerin alınarak üretimin sürdürülmesi için, sektörün güçlü ve zayıf yönlerini bilmesi, maruz kalabileceği tehditleri ve değerlendirebileceği fırsatları görmeleri gerekmektedir. Bu nedenle SWOT analizi kapsamında, sektörün güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya bulunan tehditler ve fırsatlar tespit edilecek ve değerlendirilecektir.

3.1.1. Güçlü Yönler

- Türkiye'nin coğrafi olarak pamuk yetiştirmeye elverişli bir ülke olması.²³¹
- Tekstil sektöründe kullanılan makine parkının yeni olması²³²
- Üretim alanında uzun yılların kazandırmış olduğu bilgi birikimi ve tecrübeye sahip işgücü.
- Tüm alt sektörlerdeki mevcut üretim kapasitesinin çeşitliliği²³³ ve yeterliliği, her ürün grubunda hızlı, esnek ve küçük parti üretim yeteneğinin kazanılmış olması²³⁴

²³⁰ Filiz Keskin, “Tekstil Ürünleri İmalatı”, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, 2012, s.181

²³¹ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.41

²³² Güleriyüz, s.102

- Alt sektörlerin sermaye yoğun olması ve ileri teknoloji düzeyini yakalamış olması.²³⁵
- Kaliteli hammadde, yarı mamul ve ileri teknolojisi ile uluslararası pazarlarda yüksek kaliteli ve katma değeri yüksek ürün üretmesiyle bilinmesi.
- Sektörde sağlanan tam entegrasyon; mevcut iplik kapasitesi, gelişmiş boya-terbiye-baskı sektörü ile gelişmiş yan sanayinin varlığı.²³⁶
- Son yıllarda trendlere uygun koleksiyon ve tasarım kapasitesine sahip olunmaya başlanması ile moda ve trend tekstil ürünlerinin üretimi ve markalaşma eğilimi.
- Alınan siparişlerin çok kısa sürede tedarik edilmesi ve hızlı yükleme ve teslimat yapılabilmesi.²³⁷
- Türkiye'nin coğrafi konumu²³⁸ itibariyle ana ihraç pazarlarına yakın oluşu (AB, Rusya, Ortadoğu, Afrika ve Orta Asya pazarlarına) ve bu avantajın taşıma ve ulaştırma alanında sektörün lojistik maliyetini düşürmesi.
- Her kademedede yetişmiş insan gücü çalıştırılması ile yükseköğrenim kurumlarının ilgili birimlerinin ve eğitim kapasitelerinin varlığı.
- İşgücü maliyetlerinin AB ülkelerine göre düşüklüğü²³⁹
- Genç nüfusun fazla oluşu²⁴⁰, devletin yapacağı ciddi bir uzun dönem planıyla genç nüfusun büyük ekonomik güce dönüştürüleceği imkanı²⁴¹
- Sektörün sağladığı yüksek istihdam sayesinde devletin korumasında olması²⁴²

²³³ Özgür, s.82

²³⁴ Birol Erkan, "Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, <https://earsiv.anadolu.edu.tr>, s.100 (31.05.2016)

²³⁵ Dinçel, s.5

²³⁶ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.41

²³⁷ Özgür, s.82

²³⁸ Arslan, s.79

²³⁹ Dincel, s.5

²⁴⁰ Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Projesi Tekstil Paneli (Son Rapor). Temmuz 2003.

https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/tekstil/tekstil_son_surum.pdf (10.05.2015), s.16

²⁴¹ Hakan Ceyhan, Hindistan'ın Bilgi Teknolojilerindeki Atılımı ve Türkiye, İGEME'den Bakış, Yıl:7, Eylül-Aralık 2003, Sayı: 25, s.32

- Kalite kontrol standartlarının ve test laboratuvarlarının bulunması
- Çevre bilincinin gelişmiş olması; üretim sonrasında ortaya çıkan atıkların çevreye zarar vermeden yok edilmesi.²⁴³

3.1.2. Zayıf Yönler

- Pamuk üretiminin tüketimi karşılayamaması, üretimde kalite düşüşü ve pamukta ithalata olan bağımlılığın artması.²⁴⁴
- Ülkemizde pamuk üretimine verilen destekleme primlerinin rakip ülkelere göre yetersiz kalması. Pamukta standardizasyon ve kalite kontrolünün halen bir sorun olması.²⁴⁵
- Pamuk üretiminde ülkemizin verimliliği dünya ortalamasının üzerinde olmasına rağmen, girdi fiyatlarının artışının üretimi azaltması.²⁴⁶
- Yüksek Üretim Maliyetleri (enerji, işgücü, finansman, vergiler)
- Sanayinin hızla değişen yapısına, artan ve çeşitlenen insan kaynakları ihtiyaçlarına karşın mesleki eğitimin bu değişimi yakalayamaması ve ihtiyaçları yeterince karşılayamaması.(Tasarım, pazarlama, yurtdışı mağazacılık, iletişim, moda yönetimi, müşteri ilişkileri ve benzeri gibi yeni nesil insan kaynaklarının yeterince bulunamaması) ve sanayi ile üniversite işbirliğinin düşük kalması.²⁴⁷
- Tekstil sektöründe küresel rakipleri konumundaki Çin başta olmak üzere; Uzak doğu ve Güney Asya ülkelerine kıyasla işgücünün çok daha pahalı olması.²⁴⁸
- Tarıma yönelik mal ve hizmetlere uygulanan vergi oranları

²⁴² T.C. İş Bankası AŞ İktisadi Araştırmalar Bölümü, **Tekstil Sektörü**, İstanbul, Aralık 2011, s.18

²⁴³ Özgür, s.83

²⁴⁴ <http://www.istekobi.com.tr> (13.07.2015)

²⁴⁵ Aydın Ticaret Borsası, 2013 Yılı Pamuk Raporu, 2014, www.aydinticaretborsasi.org.tr (4 Temmuz 2015), s.14

²⁴⁶ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, s.12

²⁴⁷ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.42

²⁴⁸ T.C. İş Bankası AŞ İktisadi Araştırmalar Bölümü, **Tekstil Sektörü**, s.18

- Teknoloji, Ar-Ge ve eğitim politikasının eksikliği ve kalitesinin yetersizliği²⁴⁹
- Şirketlerin kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri ürün geliştirme ve tasarım faaliyetlerinin doğrudan desteklenmemesi (Turquality ve Marka destek programı hariç), markalaşma için uygulanan Turquality ve Marka destek programı kapsamındaki uygulamaların bürokratik ve gecikmeli olması.²⁵⁰ Ayrıca bilgi ve uygulama dağınıklığı nedeniyle işletmelerin yeterince yararlanamaması.
- Tekstil ve Hazır giyim sektöründe küçük ölçekli firmaların yoğun olması²⁵¹
- Aktif pazarlama ve tanıtımın yeterince yapılmaması.²⁵²
- Sanayi karlılığının düşük ve geriliyor olması.
- Tekstil ve konfeksiyon sanayileri arasında gerekli sinerjinin bulunmaması.²⁵³

3.1.3. Fırsatlar

- 2005 sonrası Çin, A.B.D. ve Japonya'ya giriş kolaylığı²⁵⁴
- Pamuklu üretim tecrübesine bağlı olarak GDO'suz pamuk ve organik pamuk üretimi yapabilme ve organik moda konsepti potansiyelini kullanabilme.²⁵⁵
- Teknik tekstil gibi inovatif ve kârlılığı yüksek alt sektörlerde gelişme potansiyeli²⁵⁶
- Tedarik zinciri yönetim etkinliği (hızlı teslimat, kargo ticareti, sektörel konsolidasyon) global perakende sektörü değişim ve trendlerine uyum kabiliyeti²⁵⁷

²⁴⁹ Arslan, s.80

²⁵⁰ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.41

²⁵¹ Dinçel, s.5

²⁵² Arslan, s.80

²⁵³ Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Projesi Tekstil Paneli (Son Rapor), s.15

²⁵⁴ Erkan, s.100

²⁵⁵ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.43

²⁵⁶ Dinçel, s.5

- Fason üretimden katma değeri yüksek ürünlerin imalatına geçilmesi.
- Çevre ve bölge ülkelerde Türkiye ve Türk malı popülaritesinin artması.
- Hızla büyüyen iç pazar, iç pazarda kalite, marka ve modern perakende algısının yükselmesi ve buna bağlı olarak talebin genişlemesi.²⁵⁸
- Son yıllarda ucuz işgücü ile tüm pazarlarda agresif genişleme sağlayan ve rekabet baskısı yaratan Çin'de üretim maliyetlerinin artmaya başlaması.
- ABD pazarına yönelik ihracatın artma potansiyeli²⁵⁹
- Türkiye'nin (özellikle İstanbul ve Ankara) güney komşu ülkelere yakın olması sebebiyle bölgesel alışveriş merkezi haline dönüşmesi ve bu konuda bölge ülkelerinin taleplerinin artması. Buna bağlı olarak bölgesel moda merkezi olunması, moda etkinlikleri ve bölgesel moda eğilimlerinde belirleyici olma.²⁶⁰
- Son yıllarda kaliteli ürünlerin dünya piyasasında yer bulması ile markalaşma konusunda atılan adımlar.
- Moda, marka ve perakendeciyi içerecek şekilde ürün ve hizmetlerde farklılaşan yüksek rekabet avantajı sağlayacak tedarik zinciri yönetimi modellerinin geliştirilmesi²⁶¹
- Avrupa ekonomisinin kendi içinde yaşadığı belirsizlikler nedeniyle Avrupalı marka ve alıcıların küçük, sık ve hızlı parti ürün talebinin giderek artması ile Avrupalı alıcıların belirli fiyat marjları ile Türkiye'den daha kaliteli mal alma eğiliminin sürmesi.²⁶²
- Elektronik ortamda her türlü pazara ve alıcıya ulaşabilme olanaklarının artması ve kolaylaşması

²⁵⁷ Güleriyüz, s.104

²⁵⁸ Arslan, s.81

²⁵⁹ Dinçel, s.5

²⁶⁰ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.43

²⁶¹ Güleriyüz, s.104

²⁶² İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.43

- Tekstil ürünleri ithalatına getirilen ilave gümrük vergileri.²⁶³

3.1.4. Tehditler

- İşgücü, enerji, hammadde ve finansman maliyetlerinin yüksek oluşunun sektörün rekabet gücünü azaltması.²⁶⁴
- Ana hammadde olan pamukta; üretim, kalite²⁶⁵ ve fiyatlandırma sorununun ülkeyi giderek dışarı bağımlı hale getirmesi.²⁶⁶
- Hammadde fiyatlarında (özellikle pamuk fiyatlarında) sert dalgalanmaların yaşanması, bu durumun ihracatçıların fiyat belirlemede zorlanmasına sebep olması.²⁶⁷
- Sektörde uygulanan farklı KDV oranlarının yarattığı (yüzde 8 ve 18) ilave mali yükler ile yüksek finansman maliyetleri²⁶⁸ ve yüksek vergi uygulamalarının kayıt dışılığa yol açması.
- Dünyada kotaların kalkması dolayısıyla Çin'in oluşturduğu haksız rekabet ortamı²⁶⁹
- Kayıt dışılıktan kaynaklanan kayıt içi, kayıt dışı arasındaki haksız rekabet ortamı
- İstanbul'daki üretim tesislerinin yeni şehir planına göre mekansal olarak yeniden yapılanma zorunluluğu
- Bölgeler arasında uygulanan farklı teşvik uygulamaları ile bölgeler arasında farklı üretim maliyeti yapılarının oluşması ve bunun yaratacağı haksız rekabet

²⁶³ T.C. İş Bankası AŞ İktisadi Araştırmalar Bölümü, **Tekstil Sektörü**, s.18

²⁶⁴ Güleriyüz, s.105

²⁶⁵ Aydın Ticaret Borsası, s.14

²⁶⁶ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, s.41

²⁶⁷ T.C. İş Bankası AŞ İktisadi Araştırmalar Bölümü, **Tekstil Sektörü**, s.18

²⁶⁸ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.42

²⁶⁹ Erkan, s.100

ile sektördeki üreticilerin sektörde kalma isteğinin zayıflaması ve sektöre yeni girişlerin sınırlı kalması.²⁷⁰

- İthal ara malı (iplik, kumaş) kullanılarak yapılan üretimin artması sonucunda ülke içerisinde yaratılan katma değerin düşmesi²⁷¹
- Yeterli ARGE harcamalarının yapılmaması ile rekabet gücünün arttırılmasına olanak sağlayacak markalaşma sürecinin yavaş gelişmesi ve markalaşma eğiliminin sınırlı kalması.
- Rusya, Ukrayna, Irak, Suriye gibi pazarlara ek olarak Almanya başta olmak üzere Avrupa pazarlarına yönelik ihracatın da düşmesi²⁷²
- Alternatif pazarlar olarak görülen bölge ve çevre ülkelerindeki siyasi belirsizlikler
- İthalat ve iç piyasa denetimindeki yetersizlik nedeniyle haksız rekabet yaratan ucuz, kalitesiz ve standart dışı ürünlerin ülkeye girmesi.²⁷³
- En güvenilir müşteri kitlesine sahip Avrupa pazarlarında yaşanan ekonomik sıkıntılar nedeniyle açık hesap çalışma uygulamasının giderek riskli hale gelmesi.
- Aktif pazarlama ve yurtdışına markalı satış için gerekli yüksek finansman ihtiyacı.
- Bölge ve çevre ülkelere yapılan özel satışların halen ihracat sayılmaması ve bu nedenle şirketlerin ihracat desteklerinden yararlanamaması.
- Avrupa Birliği'nin üçüncü ülkeler ile yaptığı yeni nesil serbest ticaret anlaşmalarının yarattığı sıkıntılar²⁷⁴ (üçüncü ülkelerin AB pazarına ve Türk

²⁷⁰ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.43

²⁷¹ Arslan, s.82

²⁷² Dinçel, s.5

²⁷³ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.42

²⁷⁴ Arslan, s.82

pazarına girişte avantaj sağlaması, Türkiye'nin üçüncü ülke pazarlarına ancak bu ülkeler ile anlaşma yapması halinde girebilmesi).

- Standartların uluslararası pazarlarda giderek bir teknik engel haline gelmesi ve her ülkenin ayrı standart talep etmeye başlaması.
- Sektörün ihtiyaç duyduğu yeni nesil yetişmiş işgücünü yeterince bulamaması, ilgili meslek okullarından mezunların başka alanlarda çalışmayı tercih etmesi ile işgücü kalitesinin (kayıt dışı ile) giderek düşmesi²⁷⁵
- İşgücüne katılan personelin eğitimlerinin yetersiz oluşu nedeniyle, üretimde verimliliğin azalması.
- Kamuoyunda sektörün geleceğine ilişkin oluşan olumsuz algılar nedeniyle sektörün işgücü için cazibesinin azalması ve nitelikli işgücünün istihdam edilememesi.
- Kurdaki dalgalanmalar.
- Sektörün küresel rakipleri konumundaki Çin başta olmak üzere, Uzak doğu ve Güney Asya ülkelerine kıyasla iş gücünün²⁷⁶ ve vergilerin çok daha pahalı olması²⁷⁷ sebebiyle, maliyetleri düşürmek adına kayıt dışı ve taşeron işçi çalıştırılması.

²⁷⁵ İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, s.43

²⁷⁶ Öztürk, s.13

²⁷⁷ Güleriyüz, s.105

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN REKABET AVANTAJI ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI

4.1. Araştırmanın Metodolojisi

Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası pazarlarda rekabet durumunu ve rekabetini arttırıcı hangi stratejileri izlediğini tespit etmek ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için gerekli çözüm önerileri geliştirmeyi amaçlayan bu yüksek lisans çalışmasında, araştırmanın amacı, kapsamı, önemi ve örneklerin yapısı açıklanmış ve sonuçlar istatistiki yöntemlerle ortaya konulmuştur.

4.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzün artan rekabet koşulları, işletmeleri üretmiş ve tasarlamış oldukları ürün ve hizmetlerin pazar paylarını arttırmak için farklı stratejiler geliştirmeye, yeni yollar izlemeye, farkındalıklar yaratmaya zorlamaktadır. Tekstil ve hazır giyim ürünleri açısından ele alındığında, işletmelerin maliyet stratejileri, fiyat stratejileri, ürün kalitesi, ürün özellikleri, marka değeri vb. gibi rekabeti arttırıcı stratejileri tüketicinin satın alma kararlarını etkilemektedir. Bu durum doğrudan işletmelerin gelecek planlarına yön çizmekte, yeni stratejiler geliştirmelerini sağlamaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabeti arttırıcı stratejilerin değerlendirilmesine yönelik yapılan bu araştırma; İstanbul’da tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren ve uluslararası ticaret yapan belli büyüklükteki işletmelerle gerçekleştirilmiş olup, yönetici düzeyindeki çalışanların, artan rekabet ortamında işletmeleri bünyesinde oluşturulan stratejiler, gelişmeler karşısında atfettikleri önem ve çözüm stratejileri konusunun ele alınması bakımından önem taşımaktadır.

4.1.2. Araştırmanın Kapsamı

İstanbul ilinde, tekstil ve hazır giyim sektöründe hizmet veren ve aynı zamanda tekstil ve hazır giyim ihracatı/ithalatı faaliyetinde bulunan çeşitli büyüklükleri olan firmalar özelinde yapılmış olan bu çalışmada; yönetici düzeyinde çalışan kişilerin firmaları özelinde uluslararası rekabette uyguladıkları stratejiler, gelişmeler karşısında verilen öncelikler ve rekabet üstünlüğünü sağlayabilmek için uyguladıkları yöntemler ve çözüm önerileri hakkında ilişki kurulmaya çalışılmıştır.

Kolayda örnekleme yöntemi ile hazırlanmış olan anketler, ithalat ve ihracat yapan 60 adet firmanın yöneticisine dağıtılmıştır. Araştırmanın ana kütlesini bu yöneticilerin temsil ettiği firmalar oluşturmaktadır. Bu anketlerin 54 tanesi doldurularak geri dönmüş, 19 tane anket eksiklik ve yanlış kodlamalar nedeniyle, hataya sebebiyet vermemek adına, değerlendirmeye alınmamış, 35 tane anket ise değerlendirmeye alınmıştır. Gönderilen anket formları içinde geri dönüş oranı %90'dır. Değerlendirmeye dahil edilen anket oranı ise toplam içerisinde %64.80'dir.

4.1.3. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli; uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren Tekstil ve Hazır giyim firmalarının pazarda rekabet üstünlüğü sağlamaya yönelik belirledikleri rekabet stratejileri ve bu rekabet üstünlüğünü sağlayabilmesi için çözüm önerileri geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Araştırmadaki değişkenlerin belirlenebilmesi için firmaların bulundukları yoğun rekabet içerisinde aldıkları kararlar, uyguladıkları stratejiler ve yaşadıkları sorunlara yönelik bir literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre araştırmanın modeli oluşturulmuştur.

4.1.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Araştırma anket yöntemiyle yapılmıştır. Çalışmada birincil veriler kullanılmıştır. Anket, tekstil ve hazır giyim sektöründe dış ticaret faaliyetinde bulunan, belli bir bölgedeki firmaların orta ve üst kademe düzeyindeki çalışanlara uygulanmıştır. Anket sorularını cevaplayanların bu cevapları özgür ve hür iradeleri ile verdiği, ayrıca katılımcıların sorulara içtenlikle, doğru bir şekilde cevap verdikleri varsayılmıştır. Araştırma, ulaşılabilen çeşitli büyüklüklerde olan uluslararası ticaret yapan firmalarda çalışan yöneticilerine kolayda örnekleme yöntemi ile uygulanmıştır. Bu sebeple elde edilen sonuçlar, tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalar için genellenememesi araştırma için bir kısıt oluşturmaktadır.

Araştırmada sektörde bazı popüler markalı firmaların üst düzey yöneticilerinin zaman azlığını neden göstererek bu çalışmaya gerekli desteği verememeleri çalışmada bir kısıt olarak karşımıza çıkmıştır. Ayrıca çalışmamızda; sektördeki ve Türkiye genelindeki tüm firmalara ulaşılammış olması ve elde edilecek sonuçların tüm sektör için geçerli olamayacağı, araştırmamızın bir diğer sınırlılığı olarak gösterilebilir.

4.1.5. Anketin Hazırlanması

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Orta ve üst düzey yöneticilere çalıştıkları firmanın uyguladığı rekabet stratejilerini değerlendirmeleri için hazırlanmış olan anketlerin, gerek internet tabanlı gerekse elden temin edilmek suretiyle doldurulması sağlanmıştır.

Anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde çalışanların sektörde ne kadar süredir faaliyet gösterdiği, şirketteki pozisyonları, eğitim durumları, şirkette çalışan personel sayısı, dış ticaret yapılan ülkeler ve şirketlerin kendilerine ait bir markası olup olmadığı konusunda toplam altı adet demografik soru sorularak bilgi temin edilmiştir.

Araştırmamızın ikinci bölümünde; yöneticilerin çalıştıkları firma özelinde rekabet düzeylerini arttırmak adına ne gibi kararlar aldıkları, firmaların tercih edilme nedenleri, sektörün rekabet gücünü belirleyen unsurlar, pazar paylarını arttırabilmek adına

uyguladıkları stratejiler, müşterileri tarafından tercih edilmeme nedenleri, rekabet düzeyinde eksik kaldıkları hususlar, sektördeki değişimi nasıl ve ne şekilde takip ettikleri, geleceğe dair firmalarında olması gereken hususlar ve rekabet düzeyinde eksik kaldıkları konular hakkında sektöre ve firmalara dair yapısal analiz içeren, tek seçenekli ve birden fazla seçenekli kapalı uçlu sorularla bilgi elde edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmamızın son bölümünde ise, 5'li Likert Ölçeği esas alınarak firmaların uluslararası alanda izledikleri rekabet stratejileri belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların kendilerine yöneltilen ifadelere ne derecede katılıp katılmadıkları (1 Kesinlikle Katılmıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum) saptanmaya çalışılmıştır. Bu bölümde toplam 15 ifade bulunmaktadır. Literatürde yapılan araştırmalar neticesinde; anketin daha net anlaşılması ve doldurulmasında kolaylık sağlamak adına sorular sadeleştirilmiştir. Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında 'SPSS for Windows 15,0' yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. İki değişken arasında ilişki olup olmadığını belirlemek, eğer ilişki varsa bu ilişkinin şiddetini ve yönünü belirlemek için çeşitli istatistikî tekniklerden faydalanılmıştır. Verilerin aralık veya rasyo seviyesinde ya da nominal veya sıralama seviyesinde olmasına göre kullanılacak teknikler değişiklik göstermektedir.

Bu ölçek;

- 1) Kesinlikle katılmıyorum
- 2) Katılmıyorum
- 3) Fikrim yok (Ne katılıyorum ne katılmıyorum)
- 4) Katılıyorum
- 5) Kesinlikle katılıyorum

seçeneklerinden oluşmaktadır.

Araştırmada rekabet stratejilerini ölçmek için kullanılan 15 ifade; literatür taraması yapılarak, tekstil ve hazır giyim sanayinin dinamikleri de göz önüne alınarak maliyet, ürün ve pazarlama stratejileri özelinde sadeleştirilmiş ve katılımcılara sorulmak üzere geliştirilmiştir.

Cevaplanmak üzere stratejiler özelinde verilen ifadeleri şu şekilde gruplandırabiliriz.

Maliyet Stratejisi	Firmamız tüm süreçlerdeki maliyetlerin düşürülmesi için çalışmaktadır.
	Firmamız düzenli olarak maliyet ve genel gider kontrolü yapmakta ve raporlar hazırlamaktadır.
	Firmamız maliyetlerin düşürülmesi için yüksek adetli ürün üretmektedir.
	Firmamız mevcut süreçlerimizi daha da modernleştirmek için teknolojiye sürekli yatırım yapmaktadır.
Ürün Stratejisi	Firmamız rakiplerimize göre daha kısa zamanda, daha çok ürün ve koleksiyon geliştirmeye çalışmaktadır.
	Firmamız üretim süreçlerindeki kalite kontrol metotlarını sürekli geliştirerek ürün kalitesini iyileştirmektedir.
	Üretilen ürünlerde özgün tasarımlara önem vermekteyiz.
	Müşterilerimizden aldığımız geri bildirimler üretim stratejilerimizi değiştirebilir.
	Güçlü bir tedarik süreci için iyileştirmeler yapmaktadır.
	Firmamız kendi markasını oluşturmak için çalışmalar yapmaktadır.
Pazarlama Stratejisi	Firmamız rakiplerimize göre düşük fiyat politikası izlemektedir.
	Firmamız müşterilerini çekebilmek için tanıtım faaliyetlerini (fuar/reklam/müşteri anketleri vs.) aktif bir şekilde yapmaktadır.
	Pazarlamada sürekli yeni stratejiler geliştirmeye çalışmaktayız.
	Müşterilerimizin kalite problemleri her zaman en hızlı şekilde çözülmektedir.
	Firmamızda personelimize düzenli olarak mesleki bilgiyi arttırmak amacıyla eğitimler aldırılmaktadır.

4.1.6. Veri Toplama Aşaması ve Teknikleri

Hazır giyim sanayinin uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlamasına yönelik rekabet stratejisi önerisi geliştirmeyi amaçlayan bu tez çalışmasının, İstanbul ilinde, tekstil ve hazır giyim sektöründe hizmet veren ve aynı zamanda dış ticaret yapan çeşitli büyüklükteki firmalar, kolayda örnekleme yolu ile bu firmaların yöneticileri tarafından cevaplanması sağlanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket uygulamasından yararlanılmıştır.

Verilerin analizi; sırasıyla anketi cevaplayanların demografik özelliklerine ait frekans tabloları, faktör analizi, güvenilirlik testleri, değişkenlerin ortalamaları ve belirlenen araştırma hipotezlerinin test edilmesine yönelik yapılan testlerden oluşmaktadır.

Hipotezlerin analiz edilmesinde Pearson Korelasyon analizi ile iki değişken arasındaki ilişki incelenmiştir. Eşitlik hipotezi H_0 ile alternatif hipotez olan H_1 hipotezi test edilmiştir. H_0 'da değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi kurulmuştur, buna karşın H_1 'de ise değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu hipotezi kurulmuştur. Araştırmada hesaplanan anlamlılık dereceleri (significance) “p” ile gösterilmiştir ve p değeri 0,05 olarak kabul edilmiştir. Yapılan yorumlarda p değeri 0,05 den bėyėk olduğu takdirde H_0 hipotezi kabul edilmekte, diğer bir ifade ile iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Hesaplanan p değeri 0,05'den kėėėk ise H_0 hipotezi reddedilmektedir, bu da iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

4.2. Araştırmanın Sonuçları

Çalışmanın bu aşamasında “SPSS 15.0 for Windows” adlı istatistik paket programı kullanılarak 28 adet toplam sorudan oluşan anket analize tabi tutulmuş, hipotez ve modellerimizin ortaya çıkardığı sonuçlara değinilmiştir.

Uygulanan anketler sonucunda elde edilen bulguların yorumlanması;

- Demografik Analizler
- Tanımlayıcı İstatistiksel Analizler
- Yorumlayıcı İstatistiksel Analizler

olmak ėzere ė yőnlė olarak yapılmıştır.

4.2.1. Demografik Analizler

Araştırmamızı oluşturan bu analiz aşaması, ankete katılan 35 kişinin demografik bilgilerinin analizini içermektedir.

Frekans analiz sonuçlarına göre Tablo 87 incelendiğinde, anketimize katılan 35 kişinin ağırlıklı oranına bakıldığında; %25,7'si 5-10 yıldır, %22,9'u 10-15 yıldır ve %37'si 20 yıl ve ėzeri sėredir sektėrde faaliyet gösterdiği gėrėlmektedir.

Kaç yıldır tekstil sektöründe faaliyet gösteriyorsunuz

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid 0-5 yıl	3	8.6	8.6
5-10 yıl	9	25.7	34.3
10-15 yıl	8	22.9	57.1
15-20 yıl	2	5.7	62.9
20+ yıl	13	37.1	100.0
Toplam	35	100.0	

Anketimize katılan yöneticilerin çalıştığı firmalarının istihdam ettiği toplam çalışan sayısına bakıldığında; 50 çalışandan az çalışanı olan üç firma haricinde, %62,9 oranında ağırlıklı kısmı 250 ve üzeri çalıştıran firmalar olmakla birlikte toplam %91,4’ü 50 ve üzeri çalışana sahip büyük ölçekli firmalardan oluşmaktadır.

Firmanızda kaç personel çalışmaktadır

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid 10-24 kişi	1	2.9	2.9
25-49 kişi	2	5.7	8.6
50-249 kişi	10	28.5	37.1
250+ kişi	22	62.9	100.0
Toplam	35	100.0	

Ankete katılan firmaların rekabet içerisinde oldukları ve dış ticarete yer aldıkları bölgelere bakıldığında; ankete katılan 35 kişiye, dış ticaret yapılan birden fazla bölge işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Alınan 61 yanıtın %44.2’lik bölümü Avrupa ve %31.2’lik kısmı ise Asya ile dış ticaret yaptıklarını, %14.7’lik kısmı ise Amerika ve %9.8 oranında da Uzakdoğu/Afrika ile uluslararası ticaret yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tekstil/Hazır giyim ihracatı/ithalatı yaptığınız bölgeler hangileridir

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid 35 kişi			
Amerika	9	14.7	14.7
Asya	19	31.2	45.9
Avrupa	27	44.3	90.2
Uzakdoğu/Afrika	6	9.8	100.0
Toplam	61	100.0	

Görüldüğü üzere, anketimize katılan çalışanların %54.3'ü (19 kişi) iş yerlerinde orta düzey yönetici pozisyonunda, %22,8'i (8 kişi) uzman pozisyonunda, %20'si (7 kişi) üst düzey yönetici pozisyonunda ve kalan %2.9'luk (1 kişi) kesim ise işyeri sahibi olarak çalışmaktadır.

Şirketteki pozisyonunuz

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid işyeri sahibi	1	2.9	2.9
Üst düzey yönetici	7	20.0	22.9
Orta düzey yönetici	19	54.3	77.2
Uzman	8	22.8	100.0
Total	35	100.0	

Katılımcılarımızın %62.9'luk büyük çoğunluğu (22 kişi) lisans mezunu çalışanlardır. %25.7'si (9 kişi) lisansüstü mezun olan çalışanlardır. Kalan %11.4'lük (4 kişi) kesim ise

lise mezunu çalışandır. Bu veri bize, ülkemizde eğitime verilen önemin ve istihdam edilen eğitimli çalışan profilini göstermektedir.

Eğitim durumunuz

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid Lise	4	11.4	11.4
Üniversite	22	62.9	74.3
Lisansüstü	9	25.7	100.0
Total	35	100.0	

Son yıllarda Çin'in tekstil sektöründe etkisinin arttırmasıyla, uluslararası piyasalarda rekabet edebilmek için markalaşma eğilimi gittikçe önem kazanmaya başlamıştır. Üstteki tabloda görüldüğü gibi anketimize katılan firmaların %94.3'lük kısmı kendi markalarının var olduğunu göstermektedir.

Firmanızın kendisine ait bir markası var mı

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid Evet, Var	33	94.3	94.3
Hayır, Yok	2	5.7	100.0
Total	35	100.0	

4.2.2. Tanımlayıcı İstatistiksel Analizler

Yapılan frekans analizi sonucunda firma yetkililerinden firmalarının rekabetlerini arttırmak için uygulanan rasyonel kararlardan hangilerini uyguladıklarına birden fazla (en fazla 3) cevap vermeleri istenmiş ve çıkan sonuca göre; ürün çeşitliliğini arttırma, minimum maliyetli üretim yapma ve markalaşmaya önem verme seçeneklerinin toplamda verilen cevapların %80.4'ünü kapsadığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların vermiş oldukları cevaplar neticesinde; firmaların rasyonel bir karar olarak ürün çeşitliliğini arttırmaya yönelirken (%30,4), bunu minimum maliyetle gerçekleştirmeye çalıştıklarını (%26,4), yalnızca çeşitli ürün değil, marka bilinirliği yüksek ürün satışı hedeflemeleri gerektiğinin bilincinde oldukları (%23,6) sonucuna ulaşılabilir. Markalaşmaya önem vermenin alınması gereken rasyonel kararlardan biri olduğu kanısına varılabilir.

Rekabeti arttırmak için alınan rasyonel kararlar

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli			
Ucuz işgücü olan ülkelerde üretim yapmak	12	11.7	11.7
Minimum maliyetli üretim yapmak	27	26.4	38.1
Ürün çeşitliliğini arttırmak	31	30.4	68.5
Markalaşmaya önem vermek	24	23.6	92.1
Ucuz işgücünün olduğu ülkelere yatırım yapmak	8	7.9	100.0
Total	102	100.0	

Firmaların hitap ettiği müşteri kitlesinin kendilerini hangi nedenden dolayı tercih ettiklerini önem sırasına göre sıralamaları istendiği anket sorusunda; Aşağıdaki tabloda yapılan frekans analizinde görüldüğü gibi ürün kalitesi %26.2 ile en

önceliklidir. Ürün kalitesi, müşterilerin beklenti ve gereksinimlerini karşılayan, belirli standartlara uygun, her türlü hatanın ortadan kaldırıldığı, doyum ve hoşnutluk düzeyinin yüksek olduğu gibi birçok özelliği birlikte içinde barındıran bir kavramdır.²⁷⁸ Tüm bu kavramları içeren ürün kalitesinin en yüksek yüzdelik orana sahip olması sonucunda varılan kanıya göre; Firmaların, müşterilerin satın alacakları üründe, öncelikli olarak kendi kullanım amaçlarına uygun, dayanıklı ve kullanım ömrü uzun ürünleri tercih ettiklerini düşündükleri söylenebilir. Ürün kalitesini tercih eden müşterilerin, tercih ettikleri ürünün fiyatına dikkat ettikleri %22.3 lük yüzdelik pay ile anlaşılmaktadır. Katılımcılar, ürün çeşitliliği %20, teslim süresi %18.4 ve son olarak %13.1 ile marka bilinirliğinin olduğunu belirtmişlerdir.

Firmalarının tercih edilme nedeni

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli			
Fiyat politikası	29	22.3	22.3
Ürün kalitesi	34	26.2	48.5
Ürün çeşitliliği	26	20.0	68.5
Teslim süresi	24	18.4	86.9
Marka bilinirliği	17	13.1	100.0
Total	130	100.0	

Tekstil ve Hazır giyim sektörünün genel analizinin yapılmasını sağlamaya yönelik soruda, firma yetkililerinden tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabete gücünü belirleyen en önemli üç unsurun ne olduğu hakkında cevap vermeleri istenmiştir. Alınan cevaplar neticesinde Tablo 94 ile paralel sonuçlara ulaşıldığı söylenebilir. Aşağıdaki tabloda yer alan frekans analizi ile ulaşılmış olan sonuca göre; cevapların %28.5'i ile ürün kalitesinin rekabet gücünün en önemli unsuru olduğunu göstermiştir. Ürün

²⁷⁸ <http://www.danismend.com/kategori/altkategori/urun-ve-hizmet-kalitesinin-bilesenleri/>
(26.Nisan.2016)

kalitesini, %22.8'i üretim maliyeti ve %18.1'i ise zamanında üretim ve teslim süresini izlemektedir. Diğer seçeneğini işaretleyen %1.9'luk kesim ise rekabette önemli olanın fiyat politikası ve güven olduğunu belirtmişlerdir.

Rekabet gücünü belirleyen unsurlar

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli			
Üretim maliyeti	24	22.8	22.8
Zamanında üretim ve teslim süresi	19	18.1	40.9
Finansal altyapı	4	3.8	44.7
Ürün kalitesi	30	28.5	73.2
Ürünün marka olarak benimsenmesi	15	14.3	87.5
Ürünün görünümü	1	1.0	88.5
İşgücünün niteliği	2	1.9	90.4
Fikri mülkiyet hakları	0	0	90.4
Eğitim ve ar-ge maliyetleri	2	1.9	92.3
Makine ve teçhizat	0	0	92.3
Pazarlama	6	5.8	98.1
Diğer	2	1.9	100.0
Total	105	100.0	

Küreselleşmeye birlikte, uluslararası piyasalarda rekabetin her geçen gün artarak devam etmesi firmalara fiyatlarını düşürme yönünde baskılar oluşturmaktadır. Uluslararası pazarlarda başarılı olmak isteyen firmalar uygun fiyat-yüksek kalite dengesini çok iyi oluşturmak durumundadırlar.²⁷⁹ Aşağıdaki tablo incelendiğinde; Firma yetkililerine, firmaların pazardaki paylarını arttırmak için yapmaları gerekenlerin ne

²⁷⁹ Özlem İpekgil Doğan ve diğ., İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi, 2003, Cilt 5, Sayı 2, sf.115

olduğuna dair birden fazla cevap verilebileceği belirtilmiş olan soruya %26.8 üretim maliyetlerinin düşürölmesi şeklinde cevap vermişlerdir.

Ayrıca işletmeler günümüzde daha sıkı ve zorlu bir rekabet ortamı içinde gelişimlerini ve devamlılıklarını sürdürmek zorundadırlar. İşletmelerin başarılı olmaları için küresel rekabet stratejilerini etkin bir şekilde kullanabilmelerinin yanı sıra aynı zamanda sürekli bir yenilik ve gelişim içinde olmaları gerekmektedir.²⁸⁰ Esnek bir üretim yapısına sahip olan Türk Hazır giyim sanayi değişen moda eğilimlerine kolayca uyum sağlayabilmektedir. Bu açıdan sektördeki firmalar son zamanlarda yurt içinde ve yurt dışında mağazalaşmaya ağırlık vermektedirler.²⁸¹ Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar değerlendirildiğinde; %25.8 oranında tasarımlarının zenginleştirilmesinin pazar payının arttırılması için yapılması gerekenler arasında olduğu görölmüştür. Katılımcıların %21.6'sı ise ürün kalitesinin arttırılması gerektiği, %13.4'ü teslim süresinin kısaltılması ve %11.3'ü de markalı ürünlerin üretilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. %1.1'i imalat yapısının güçlendirilmesi görüşünü belirterek diğer seçeneğini cevaplamışlardır.

Firmanızın pazardaki payının arttırılması için gerekenler

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli			
Markalı ürünlerin üretilmesi	11	11.3	11.3
Tasarımların zenginleştirilmesi	25	25.8	37.1
Ürün kalitesinin arttırılması	21	21.6	58.7
Teslim süresinin kısaltılması	13	13.4	72.1
Üretim maliyetlerinin düşürölmesi	26	26.8	98.9
Diğer	1	1.1	100.0
Toplam	97	100.0	

²⁸⁰ <http://www.mevzuatdergisi.com/2004/03a/01.htm> (26.04.2016)

²⁸¹ Ümit Sevim ve Oğuz Koyuncu, Hazır Giyim, T.C. Başbakanlık Dış ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2008, s.3

Firmaların, müşterileri tarafından yöneltilen şikayet konuları ile ilgili verdikleri cevaplar için yapılan frekans analizinde, aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi, %51.4 gibi yüksek bir oranda fiyatların yüksekliği konusunda şikayet aldıklarını belirtmişlerdir. %28.6'sı ürün kalitesinin ve %20'si ise teslim süresinin şikayet konusu olduğunu belirtmişlerdir.

Müşterilerden alınan şikayet konuları

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli Teslim süresi	7	20.0	20.0
Ürün kalitesi	10	28.6	48.6
Fiyatların yüksekliği	18	51.4	100.0
Toplam	35	100.0	

Firmalar yoğun rekabet içerisinde olduğu bu sektörde, gelişmeleri yakından takip etmek zorundadır. Bu gelişmeleri nasıl takip ettikleri konusunda birden fazla cevap verilebileceği yönünde sorulan bu soruya; %27.1'i internetten, %23.9'u yurtiçi/yurtdışı fuarlardan, %19.6'sı meslek kuruluşlarından, %14.2'si süreli yayınlardan ve %13.1'i seminerlerden takip ettiğini belirtmiştir. Ayrıca ankete katılan katılımcıların %2.1'i gelişmeleri moda haftası ve kataloglardan takip ettiklerini belirtmişlerdir.

Sektördeki gelişmelerin nasıl takip edildiği

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli			
Seminerler	12	13.1	13.1
Yurtiçi/yurtdışı fuurlar	22	23.9	37.0
Sürelı yayınlar	13	14.2	51.2
Meslek kuruluşları	18	19.6	70.8
İnternet	25	27.1	97.9
Diğer	2	2.1	100
Toplam	92	100.0	

Fırma yetkililerinin firmalarında geleceğe yönelik en önemli ihtiyaçları konusunda en fazla beş ihtıyacđ belirtmeleri istenen soruyla ilgili verilen cevaplara yönelik yapılan frekans analizine göre katılımcıların %17.4'ü dış pazarları arttırmanın gerekli olduğunu belirtmişlerdir. %16.1'i nitelikli iş gücünün gerekliliğinden, %13.6'sı ise markalaşmanın gerekliliğinden, %13.0'ü ürün tasarımı ve çeşitliliğinin olmasından ve %11.3'ü ise çalışanların eğitiminin önemli olan ihtiyaçlardan olduklarını belirtmişlerdir.

Firmanızın geleceğe yönelik en önemli ihtiyaçları

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli			
Markalaşma	22	13.6	13.6
Nitelikli işgücü	26	16.1	29.7
Yatırım için gerekli finansman	8	5.0	34.7
Teknoloji iyileştirme	16	10.0	44.7
Lojistik altyapı	14	8.7	53.4
Makine ve teçhizat	6	3.7	57.1
Dış pazarları arttırma	28	17.4	74.5
Çalışanların eğitimi	18	11.3	85.8
Ürün tasarımı ve çeşitliliği	21	13.0	98.8
Diğer	2	1.2	100
Total	161	100.0	

4.2.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenirlik analizi Cronbach's Alpha yöntemi yardımıyla incelenmiştir. Bu analiz sonucunda bulunan Alfa değeri 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır, Alfa değeri 0,40'dan küçük ise güvenilir değil, 0,40-0,60 arasında ise düşük güvenilirlikte ve 0,60'ın üzerinde ise güvenilirlik yüksek kabul edilmektedir.²⁸² Anketlerde sorun yaratacak ve anketlerin anlaşılabilirliğini etkileyecek bir durumun var olup olmadığını araştırmak amacıyla yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, Tablo 100'de de görüldüğü üzere türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası pazarlara rekabet durumunu ve rekabeti arttırıcı izlenen stratejilere dair ölçmeye çalıştığımız güvenilirlik analizi ile $\alpha=0,864$ ve gibi yüksek değer çıkmıştır. Bulunan Alfa değeri 1'e yakın çıkmıştır, bu ise çalışmanın güvenilirliği için önemli bir katsayıdır.

²⁸² Özlem İpekçil Doğan ve diğ., sf.115

Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
.864	15

4.2.4. Yorumlayıcı İstatistiksel Analizler

Yorumlayıcı istatistiksel analizlerde; firmaların rekabet stratejilerinden olan maliyet stratejisi, ürün stratejisi ve pazarlama stratejileri ile ilgili sorular aracılığıyla frekans testi ve ortalamalar üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır.

Maliyet Stratejisi anlamını içeren ifadeler

	N	Ortalama	Std. Sapma
Firmamız tüm süreçlerdeki maliyetlerin düşürülmesi için çalışmaktadır	35	4.3714	.87735
Firmamız düzenli olarak maliyet ve genel gider kontrolü yapmakta ve raporlar hazırlamaktadır	35	4.5143	.70174
Firmamız maliyetlerin düşürülmesi için yüksek adetli ürün üretmektedir	35	3.6286	1.23873
Firmamız mevcut süreçlerimizi daha da modernleştirmek için teknolojiye sürekli yatırım yapmaktadır	35	3.6857	.96319
Geçerli N (listwise)	35		

Araştırmaya katılan orta ve üst düzey yöneticilerin vermiş olduğu cevaplar neticesinde uluslararası pazarda varlıklarını sürdürebilmek ve arttırabilmek adına maliyetlerin düşürülmesi için yöntemler geliştirdikleri söylenebilir. Tüm süreçlerde maliyetlere dikkat edildiğini (ort.=4,37 değeri ile), gelir ve gider bütçesinin de kontrollü bir şekilde dengede tutulmaya çalışıldığını ve gerekli önemin verildiğini (ort.=4,51

değeri ile) gösterir sonuçlara varılmıştır. Firmaların yüksek adetli ürün üreterek birim maliyetlerin düşmesini hedeflemeye çalıştıkları (ort.=3,62) bu fırsatı yakalamak için gerekli teknolojik yatırımların geliştirilmesi ve modernleştirilmesi zorunluluğu (ort.=3,68) firmaları rekabet kabiliyetlerini zorlaştıran faktörlerdendir. Firmalar, sorulara vermiş oldukları cevaplarla (ort=3,68) mevcut süreçlerin modernleştirilmesi gerektiğinden teknolojiye düzenli bir şekilde yatırım yapıldığını ve yüksek adetli ürün üretmenin üretim maliyetlerini azalttığını ve bunun rekabet stratejisi olarak kullanıldığını göstermektedir. (ort=3,62)

Ürün Stratejisi anlamını içeren ifadeler

	N	Ortalama	Std. Sapma
Firmamız rakiplerimize göre daha kısa zamanda, daha çok ürün ve koleksiyon geliştirmeye çalışmaktadır	35	4.3714	.68966
Firmamız üretim süreçlerindeki kalite kontrol metotlarını sürekli geliştirerek ürün kalitesini iyileştirmektedir	35	4.0286	.78537
Üretilen ürünlerde özgün tasarımlara önem vermekteyiz	35	3.5429	1.09391
Müşterilerimizden aldığımız geri bildirimler üretim stratejilerimizi değiştirebilir	35	4.1143	.75815
Güçlü bir tedarik süreci için iyileştirmeler yapmaktadır	35	3.8000	1.07922
Firmamız kendi markasını oluşturmak için çalışmalar yapmaktadır	35	3.9429	1.16171
Geçerli N (listwise)	35		

Üstteki tablo incelendiğinde; araştırmaya katılan orta ve üst düzey yöneticiler, ürün stratejilerini ifade eden sorulara verdiği cevaplarla uluslararası rekabette yer alabilmek için müşteri odaklı olma ve markalaşmanın ne kadar önemli olduğunu bizlere göstermektedir. İşletmelerin uyguladığı ürün strateji yöntemlerine bakıldığında; işletmenin geniş bir ürün yelpazesine sahip olması ve daha çok ürün ve koleksiyon geliştirmeye çalışmak (ort.=4,37) , müşterilerinden aldıkları geri bildirimlere yönelik kendilerini geliştirmek (ort=4,11) ve ürün kalitesini arttırmaya yönelik stratejiler geliştirmeleri olduğu görülmüştür. (ort.=4,02) İşletmelerin, ürün yelpazesini genişletme ve ürün çeşitliliğini artırma (ort=4,37) yoluyla farklılaştırma stratejisini uygulamaya çalıştıkları görülmüştür.

İşletmelerin kendi markalarını oluşturmak, tutundurmak ve geliştirmek adına uygulanan stratejiler (ort.=3,94) rekabeti arttırmak adına önemli olduğunu göstermekte, markalaşma sürecinin özgün tasarımlarla desteklenmesi gerekliliği sonucuna ulaşılmaktadır. (ort=3,54) Ürün farklılaştırmaya dayalı stratejilerin önem kazandığı sonucuna varılmasıyla birlikte, bu stratejinin güçlü bir tedarik süreciyle desteklenmesi gerekliliği (ort=3,80) sonucuna ulaşılmaktadır.

Pazarlama Stratejisi anlamını içeren ifadeler

	N	Ortalama	Std. Sapma
Firmamız rakiplerimize göre düşük fiyat politikası izlemektedir	35	3.4857	1.26889
Firmamız müşterilerini çekebilmek için tanıtım faaliyetlerini (fuar/reklam/müşteri anketleri vs.) aktif bir şekilde yapmaktadır	35	3.5143	1.09468
Pazarlamada sürekli yeni stratejiler geliştirmeye çalışmaktayız	35	3.5429	1.09391
Müşterilerimizin kalite problemleri her zaman en hızlı şekilde çözülmektedir	35	4.1143	.79600
Firmamızda personelimize düzenli olarak mesleki bilgiyi arttırmak amacıyla eğitimler aldırılmaktadır	35	3.4571	1.31379
Geçerli N (listwise)	35		

Araştırmaya katılan orta ve üst düzey yöneticilerin, pazarlama stratejilerini ifade eden sorulara verdiği cevaplardan anlaşılan; firmaların müşteri odaklı bir yaklaşım içerisinde oldukları (ort.=4,11) ancak gerek ürünlerin maliyetini minimize edememenin (ort.=3,48) gerekse de uluslararası rekabette yeni pazarlama stratejilerine olan yabancılık (ort.=3,51) nedeniyle pazarlama stratejilerini uygulamada ortalama seviyelerde bir etkinlik gösterdiklerini ifade etmektedir. Mesleki bilginin artırılmasına yönelik eğitimlerin (ort=3,45) ortalama düzeyde bir öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

4.2.5. T-Testi ve Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Araştırmaya katılan firmaları bir bütün olarak ele aldığımızda Türkiye'deki hazır giyim firmalarının izlediği rekabet stratejilerinde ilk sırada maliyet stratejisinin (ort=4,05) olduğu görülmektedir. Bu stratejinin sonrasında firmaların ürün stratejisini

izlemeye çalıştıkları (ort= 3,81) görülmektedir. Bununla birlikte ankete katılan tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların pazarlama stratejisini ise daha az (ort=3,62) uyguladıkları görülmektedir.

Rekabet Stratejilerinin Ortalama Analizi

	Ortalama	Std. Sapma	N
Maliyet_stratejisi	4.0500	.61775	35
Urun_stratejisi	3.8190	.71899	35
Pazarlama_Stratejisi	3.6229	.78181	35

İki gruptan oluşan değişkenlerle, belli bir ölçek ya da değişkenin ortalamalarını karşılaştırdığımız t-Testini anketimize uygulamak istediğimizde; iki değişkenin yer aldığı marka sahipliğine ait mevcut olan tek sorumuzu ele alabiliriz.

Rekabet Stratejilerinin t-Testi Analizi

	t	Df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Sapma	Std. Hata Sapma
Maliyet_stratejisi	0.407	33	0.686	0.185	0.455
Ürün_stratejisi	0.305	33	0.763	0.161	0.53
Pazarlama_stratejisi	0.41	33	0.684	0.236	0.576

Katılımcıların firmalarının uygulamış olduğu maliyet odaklı stratejisi, ürün odaklı stratejisi veya pazarlama odaklı stratejisi ile firmalarına ait markalarının olması arasında %95 güven aralığında anlamlı bir farklılık olup olmadığı analiz edildiğinde, p değeri her bir strateji için 0,05 (alfa) değerinden büyük çıktığından (0,686/0,763/0,684 > 0,05) bu hipotezimiz kabul edilerek, aralarında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır.

Anketimize katılan firmaların bünyesinde istihdam ettikleri personel sayıları ile ifade ettikleri rekabet stratejilerinin ortalama değerleri arasında anlamlı bir ilişki olup

olmadığı konusunda yapılan Oneway Anova testi sonuçlarına göre öncelikle yapılan varyansların homojenliği testinde $p=0.307$ değerinin %95 güven aralığında $\alpha = 0,05$ değerinden büyük olması testimizin homojen olduğunu göstermektedir.

Varyansların Homojenliği Testi

rekabet_stratejileri ortalaması

Levene İstatistik	df1	df2	Sig.
1.227 ^a	2	31	.307

Anova testi sonucuna firma çalışan sayıları ile rekabet stratejileri arasındaki ilişkiyi gösteren değer (p) 0,007 olarak bulunduğu ve bu değer %95 güven aralığında 0,05 (alfa) değerinden küçük olduğundan dolayı ($0,007 < 0,05$) bu iki grup arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmaktadır.

ANOVA Testi

rekabet_stratejileri ortalaması

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Sig.
Gruplar Arasında	3.839	3	1.280	4.809	.007
Gruplar İçinde	8.248	31	.266		
Toplam	12.087	34			

Aşağıdaki tabloda görülmekte olan çalışan sayıları ortalamalarından görüldüğü üzere, ortaya çıkan bu anlamlı ilişkinin 250+ kişi çalıştıran firmalarda daha yüksek düzeyde bir ilişki olduğu yorumu yapılabilmektedir.

Personel Sayısının Nitelikleri

rekabet_stratejileri ortalaması

	N	Ortalama	Std.Sapma	Std. Hata
10-24 kişi	1	3.4667	.	.
25-49 kişi	2	2.8667	.00000	.00000
50-249 kişi	10	3.6333	.58479	.18493
250+ kişi	22	4.0939	.49619	.10579
Toplam	35	3.8743	.59623	.10078

4.2.6. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi veya bir değişkenin iki yada daha çok değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon analizi sonucunda, doğrusal ilişki olup olmadığı ve varsa bu ilişkinin derecesi korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değerler alır.

Pozitif bir ilişkinin olması X değişkeninin değerlerinin artması durumunda Y değişkeninin değerlerinin de artması, yada X değişkeninin değerlerinin düşmesi durumunda Y değişkenine ait değerlerin de düşme eğiliminde olduğunu gösterir. Negatif korelasyon (negatif ilişki) olması, değişkenlerin birine ait değerlerin artması durumunda diğer değişkene ait değerlerin düşmesi anlamına gelmektedir. Korelasyon katsayısının “0” olması ise, değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin söz konusu olmadığını gösterir. Korelasyon, neden sonuç ilişkisi anlamına gelmemektedir.

Pearson Korelasyon Katsayısının bulunacak değere göre ilişki derecesi ise şu şekilde etki etmektedir.

<u>r</u>	<u>İlişki</u>
0,00-0,25	Çok Zayıf
0,26-0,49	Zayıf
0,50-0,69	Orta
0,70-0,89	Yüksek
0,90-1,00	Çok Yüksek

Rekabet Stratejileri Arasındaki Korelasyon Katsayıları

		Maliyet_stratejisi	Ürün_stratejisi	Pazarlama_Stratejisi
Maliyet_stratejisi	Pearson Correlation	1	.622**	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	35	35	35
Ürün_stratejisi	Pearson Correlation		1	.782**
	Sig. (2-tailed)			.000
	N		35	35
Pazarlama_Stratejisi	Pearson Correlation			1
	Sig. (2-tailed)			
	N			35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarına bakıldığında maliyet stratejisi ile ürün stratejisi arasında orta düzeyli pozitif bir ilişki ($r=0,622$, $p<0,01$) ve maliyet stratejisi ile pazarlama stratejisi arasında yine orta düzeyli pozitif bir ilişki ($r= 0,658$, $p<0,01$) saptanırken; ürün stratejisi ile pazarlama stratejisi arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki ($r=0,782$, $p<0,01$) bulunduğu görülmektedir.

4.3. Araştırma Sonucunun Değerlendirilmesi

Anketimize katılan hazır giyim firmalarındaki orta ve üst kademe yöneticilerinin cevaplamış olduğu anketlerden elde edilen bilgilerin istatistiksel analizinden aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

- Araştırmaya katılan firmaların % 62.9'unun 250'den fazla çalışana sahip olduğu görülmektedir.

- Araştırmaya katılan firma yöneticilerinin % 37.1'inin 20 yıldan fazla süredir tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösterdikleri ve %54.3'ünün de orta düzey yönetici pozisyonunda olduğu görülmektedir.
- Araştırmaya katılan firmaların %31.2'sinin Asya ile %44.3'ünün de Avrupa ile dış ticaret yapmaktadır.
- Ankete katılan firmalardaki yöneticilerin çoğunluğu (%62.9) üniversite mezunudur.
- Firmaların %94.3'ünün kendilerine ait markaları bulunmaktadır.
- Firmaların %30.4'ü, uluslararası rekabette ürün çeşitliliğini arttırmak yönünde rasyonel karar almaktadırlar.
- Ankete katılan yöneticilerin %26.2'si firmalarının tercih edilme nedenlerinin ürün kalitesi olduğunu ve %28,5'i de bunun rekabet gücünü belirleyen en önemli unsur olduğunu belirtmişlerdir.
- Firmalar pazar paylarının arttırılmasında ürün maliyetlerinin düşürülmesini, %26.8 oranında, en önemli unsur olarak görmektedirler.
- Yöneticilerin %27.1'i sektördeki gelişmeleri en fazla internetten takip etmektedir.
- Anketimize verilen cevaplara göre firmaları geleceğe yönelik en önemli ihtiyaçlarının (%17.4) dış pazarları arttırmanın gerekliliğini belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılanların maliyet stratejilerine ilişkin ifadelere verdikleri yanıtlara göre, maliyet ve genel-gider kontrolüne önem verdikleri söylenebilmektedir. (ort=4,51)
- Araştırmaya katılanların ürün stratejilerine ilişkin ifadelere verdikleri yanıtlara göre, Türk tekstil ve hazır giyim sanayinde daha fazla ürün ve koleksiyon geliştirmeye çalıştıkları söylenebilmektedir. (ort=4,37)

- Araştırmaya katılanların pazarlama stratejilerine ilişkin ifadelere verdiği yanıtlara göre Türk tekstil ve hazır giyim sanayinde kaliteye ortalamanın üzerinde önem verildiği söylenebilmektedir. (ort=4,11)



SONUÇ VE ÖNERİLER

SONUÇ

Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe hızla artan küresel rekabet, müşterilerin talepleri, değişen ekonomik, kültürel ve politik yapı, işletmelerin kendilerini yenilemeye zorlamaktadır. Günümüzde varlıklarını sürdürmek isteyen işletmeler, çevresel değişimleri hızlı algılamalı ve uyum sağlamalı, uygun çözümler üretmeli ve rekabet stratejilerini bu gelişmelere göre şekillendirmelidirler.

18.yy'da gelişmiş ülkelerin sanayileşme sürecine damgasını vuran Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, istihdam imkânları, üretim sürecinde yaratılan katma değer ve ihracat gelirleri içerisindeki yüksek payı nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin de ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi olmuştur. Bu özelliklerinden dolayı dünyada rekabetin en fazla yaşandığı sektörlerden biridir. Başlangıçta hammaddeye dayalı üretim teknolojisi kullanan ve iş gücü ucuz olan ülkeler, sanayileşme eğilimi ile birlikte giderek teknoloji yoğun hale gelen tekstil ve konfeksiyon sektöründe önemli gelişmeler kaydetmiştir. Tekstil ve Hazır giyim sektörünün temel girdilerine sahip olan ülkelerin maliyet avantajı sektördeki rekabet üstünlüğünü belirleyen ana faktörlerdendir.

Önce gelişmiş ülkelerde başlayan tekstil üretimi, sektörün emek yoğun hale gelmesi ile ucuz işgücünün ve hammaddenin bol bulunduğu gelişmekte olan ülkelere artmaya başlamıştır. Gelişmiş ülkeler, tekstil sanayinde tasarım, markalaşma, moda yaratma ve pazarlama faaliyetlerini çoğunlukla kendi bünyelerinde toplarken, üretim sürecini maliyetin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelere kaydırmışlardır. Böylece tekstil ve hazır giyim sektörü, sermaye sıkıntısı yaşayan, ucuz işgücüne sahip gelişmekte olan ülkelerin ekonomik olarak kalkınmalarını sağlamıştır.

Dünya tekstil ve hazır giyim ticaretine etki eden en önemli olay, Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde Dünya Ticaret Örgütü'ne 143. üye olarak girmesidir. Çin, DTÖ'nün Tekstil ve Konfeksiyon Antlaşması'na tabii olduktan ve 2005 yılından itibaren kotaların kaldırılmasıyla birlikte tekstil ve konfeksiyon ihracatını önemli oranda artırmıştır. Bununla birlikte, 1,3 milyarlık nüfusa sahip olan Çin, aynı zamanda önemli bir pazar durumuna gelmiştir. 2000'li yılların üretim merkezi olan Çin, ithalatçı ve yatırımcı kimliğini bu dönemde kazanmaya başlamıştır. Tekstil ve hazır giyim ihracatında dünya lideri olan Çin, tekstil ve hazır giyim sektöründe karlılığı sürekli kılmak için tedbirler alarak bu sektörlerle önem vermeye devam etmektedir. Bu tedbirler arasında ihracat yapılan pazarları genişletmek, çeşitlendirmek, belirli pazarlara bağımlı olmaktan kurtulmak yer almaktadır.

2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, dünya hazır giyim pazarında hem arz hem de talep yönünde şiddetli bir rekabet yaşanmaya başlamıştır. Kötüleşen ekonomik koşullar nedeniyle A.B.D, Almanya ve Japonya gibi büyük ülkelerde tüketicilerin satın alma kararlarında fiyatın önemi artmaya başlamıştır. Özellikle, tüketicilerin belirli bir kalitedeki ürünü daha düşük fiyatlardan talep etmesi, hazır giyim ürünleri üzerinde ciddi bir fiyat baskısı yaratmıştır. Diğer taraftan, perakende sektöründe faaliyet gösteren firmaların çeşitlenmesi, sayılarının artması ve faaliyetlerinin genişlemesi hazır giyim ürünlerindeki fiyat rekabetini şiddetlendirmiştir. Kotaların kalkmasıyla dünya tekstil ve hazır giyim pazarlarındaki koşullar değişmiş, firmaların 2005 öncesinde sahip oldukları tedarik imkanları büyük ölçüde sınırlandırılmıştır. Yeni dönemde ürün tedariki yanında hizmet sunumu da önem kazanmıştır. Böylece 40 yılı aşkın bir süreden beri çok taraflı ticaretin temel kural ve disiplinleri dışında tutulan uluslararası tekstil ve konfeksiyon ticareti DTÖ sistemine entegre edilmiştir. Böylece, tekstil ve konfeksiyon sektörü uluslararası ticaretinde yeni bir döneme girilmiştir. Sektörün ticaretin şeklini ve yönünü belirleyen kotaların kaldırılmasının ve korumanın sadece gümrük vergileri ile sağlanmasının tüm ülkeler için önemli sonuçlar doğuracağı açıktır.

Tekstil ve hazır giyim sektörü dış ticaretinde önemli bir yere sahip olan ABD ise dış ticaret politikasında daha az liberaldir ve belirli ürünlerde yüksek gümrük

vergileri ile yerli sanayisini korumaya çalışmaktadır. ABD ile imzalanan serbest ticaret anlaşmaları veya tercihli ticaret anlaşmalarının tarafı olan ticaret ortakları ihracatta önemli bir avantaja sahiptirler.

Avrupa Birliği ise; tekstil ürünlerinin dünyadaki en büyük ihracatçısı ve hazır giyim ürünlerinin ise ikinci en büyük ihracatçısı konumunda olmasından dolayı dünyanın tekstil ve hazır giyim sektöründeki en büyük ticaret payına sahip birliktir. AB tekstil ve hazır giyim sektörü, son 10 yılda teknolojik değişime uyum sağlayarak, üretim maliyetlerini azaltmaya ilişkin uluslararası rekabetin getirdiği şartlarla mücadele etmiş ve sürekli kendini geliştirmiştir. Özellikle 2005 yılında kotaların kalkmasının getireceği yeni bir rekabet ortamına kendini hazırlamış ve yenilemiştir. Halen sektörde, teknolojik gelişmeler, yeniden yapılandırma ve modernleşme süreçleri devam etmektedir ve bu amaçla AB tekstil ve konfeksiyon sektörü, katma değeri yüksek, teknoloji yoğun, kaliteli ve markalı ürünlere odaklanmıştır.

Tekstil ve Hazır Giyim sektöründe büyük değişimlere neden olan Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde DTÖ'ye üye olması ve 2005 yılında kotaların kalkması gibi önemli gelişmelerin yaşanmasıyla birlikte, işletmeler uluslararası rekabette söz sahibi olabilmek için ürünün kalitesi, yaratılan katma değer ve moda-marka gibi tüketici odaklı rekabet faktörleri üzerinde yoğunlaşılması gerektiği inancına sahip olmaya başlamışlardır ve 1980'li yıllarda hakim olan fiyat, miktar ve kitlesel tüketime yönelik rekabet etme düşüncesi yerini giderek kalite ve bireysel tüketime yönelik rekabet etme düşüncesine bırakmıştır.

Türkiye açısından değerlendirildiğinde; Tekstil ve hazır giyim sektörü, işyeri sayısı, üretim değeri, yarattığı katma değer ve istihdam, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, ihracat hacmi, dünya tekstil üretimi ve ticaretindeki konumu itibarıyla Türkiye'nin önemli sanayi sektörlerinden biridir. Tekstil ve Hazır giyim sektörü, 1980 yılında uygulamaya konulan ihracata yönelik kalkınma politikası ile hızla büyümeye başlamış ve bu tarihten itibaren sektöre yapılan yatırımlar artmıştır. AB ile Gümrük Birliği öncesinde, sektörde karlılığın oldukça yüksek seviyelere çıkmıştır. Gümrük Birliği sonrasında rekabet gücünün en fazla tekstil ve konfeksiyon sektöründe olacağı beklentisinin oluşması sonucu, çoğunlukla yeni işletmeler tarafından kapasiteye yönelik

büyük yatırımlar yapılmıştır. Ancak 1990'lı yıllardan sonra, özellikle 1996 yılında imzalanan Gümrük Birliği anlaşmasıyla sıkıntıya girmeye başlayan Tekstil Sektörü, 2005'te Çin üzerindeki kotaların kaldırılmasıyla küresel rekabetin baskısı altına girmiştir. Tekstil ve tekstil ürünleri sektöründeki sıkıntıların krize yol açacak şekilde giderek büyümesinin ana nedenleri arasında; başta küresel rekabetin yarattığı taleplerdeki değişiklikler ve özel olarak Türkiye'de uygulanan mali politikalar yer almaktadır. Uygulanmakta olan kotaların 2005 yılında sona ermesi ile birlikte uluslararası pazarlarda kıyasıya rekabetin yaşandığı yeni bir dönem başlamıştır. Tekstil sektörü üzerinde önemli sonuçlar doğurmuştur. AB ile tamamlanan gümrük birliği ile sektörün gelişimi hızlanmıştır. Türk tekstil imalat sanayi, gümrük birliğinin sağladığı teknik mevzuatlara ve standartlara uyumu, AB başta olmak üzere büyük pazarlara yakınlığı, kalifiye insan kaynağı ve tedarik zincirinin güçlü olması gibi unsurlar ile dünyanın en rekabetçi sektörleri arasında yer almaktadır. Sektör bu gücünü bugün esnek üretim, ürün geliştirme, yenilikçilik, tasarım ve markalaşma yetenekleri ile desteklemektedir. Kotaların kalkması sonrasında ülkemiz hazır giyim sektörünün çok büyük küçülme yaşayacağı düşünülse de ülkemiz hazır giyim sektörü ihracatını arttırmaya devam ettirmektedir.

Türk tekstil ve hazır giyim sanayi, 2009 yılında yaşanan ekonomik krizden en çok etkilenen sektörler arasında yer almasına rağmen 2010 yılından itibaren dikkate değer bir şekilde toparlanmıştır. Küresel krizin ortaya çıkışından sonraki 2010-2011 dönemindeki hızlı büyümenin ardından, 2012-2014 yılları arasında da Tekstil ve Hazır giyim sektörlerinin büyüme performanslarında belirgin bir iyileşme gözlenmektedir. Bu olumlu gelişmede Ağustos 2011 - Nisan 2014 döneminde Türk Hazır giyim ithalatına konulan ek vergi uygulamasının önemli katkısının olduğu söylenebilir.

Küresel rekabetin hız kazandığı günümüzde işletmeler, varlıklarını sürdürebilmek, kapasitelerini genişletmek için yeni stratejiler geliştirmek zorunda olduklarının farkına varmalıdırlar. Varlıklarını sürdürebilmek için, kalite ve verimlilik noktasında dünyadaki gelişmeleri takip etmelidirler. İşletmelerin, dünya ticaretinde gelişen koşullara uyum sağlaması, dünya ticaretindeki yerini koruması ve ekonomik krizin olumsuz etkilerini gidermesi açısından gerekli tedbirlerin alınarak üretimin

sürdürülmesi için, güçlü ve zayıf yönlerini bilmesi, maruz kalabileceği tehditleri ve değerlendirebileceği fırsatları görmeleri gerekmektedir. Çalışmamızın 3. bölümünde Tekstil ve Hazır giyim sektörlerinin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri işletmelerin alacakları stratejik kararlarının şekillenmesi açısından önem taşıdığından detaylı açıklanmıştır.

Günümüzün artan rekabet koşullarında, işletmelerin, pazar paylarını arttırabilmek ve yeni pazarlara girebilmek için sektörde meydana gelen gelişmeleri ve değişimleri yakından takip ederken, bu değişimlere karşı dinamik yapıda olmaları gerekmektedir. Küreselleşen pazarlarda rekabet edebilmek ve ürettikleri ürünlerin pazar paylarını arttırmak için yeni stratejiler geliştirerek, yeni yollar izleyerek faaliyetlerine devam etmelidirler. Tüketicilerin tekstil ve hazır giyim ürünlerinde satın alma kararlarını, ürün kalitesi, ürün fiyatı, ürün özellikleri, işletmelerin maliyet stratejileri, fiyat stratejileri marka değeri vb. gibi hususlar etkilemektedir. Bu önemli hususlar işletmelerin kısa ve uzun dönemli hedeflerine yön vermekte, işletmeler stratejilerini müşterilerinden aldıkları geri bildirimler ışığında şekillendirmektedirler.

4. bölümde Türkiye ekonomisinde ve dış ticaretinde önemli bir paya sahip olan Tekstil ve Hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren çeşitli büyükteki şirketler özelinde anket çalışması yapılmıştır. Geneli yönetici düzeyinde çalışan kişilere uygulanan soru formundan elde edilen bilgiler yorumlanmış ve ulaşılan sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Bu araştırma kapsamında 35 kişiden alınan sonuçlara göre katılımcıların %25,7'si 5-10 yıldır, %22,9'u 10-15 yıldır ve %37'si 20 yıl ve üzeri süredir sektörde faaliyet göstermekte ve %54.3'ü iş yerlerinde orta düzey yönetici pozisyonunda, %22,8'i uzman pozisyonunda, %20'si üst düzey yönetici pozisyonunda ve kalan %2.9'u ise işyeri sahibi olarak çalışmaktadır. Sektörde yönetici pozisyonunda çalışanların faaliyette bulundukları süreler göz önüne alındığında, yönetici pozisyonundaki kişilerin deneyimli, mesleki bilgi sahibi, alanında uzmanlaşmış kişilerden oluştuğu söylenebilir. Çalışan sayısına bakıldığında; 50 çalışandan az çalışanı olan üç firma haricinde, %62,9 oranında ağırlıklı kısmı 250 ve üzeri çalışana sahip firmalar olmakla birlikte toplam %91,4'ü 50 ve üzeri çalışana sahip büyük ölçekli firmalardan oluşmaktadır. Tekstil ve hazır giyim sanayi emek yoğun bir sektör olduğu için çalışanların maliyeti işletmelerde

önemli bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Bazı işletmeler işçilik maliyetlerini düşürmek için, yoğun emek gerektiren faaliyetleri fason olarak ürettirmekte, stilistik, modelistik vs gibi uzmanlık gerektiren faaliyetleri kendi bünyelerinde yapmaktadırlar.

İşletmelerde çalışanların eğitim durumlarına bakıldığında; %62.9'luk büyük çoğunluğu lisans, %25.7'si lisansüstü, %11.4'lük kesim ise lise düzeyinde eğitim görmüşlerdir. Bu sonuç, sektörde istihdam edilen eğitilmiş çalışan sayısının yüksek olduğunu ve eğitime verilen önemin seviyesini göstermektedir.

Türk Tekstil ve Hazır Giyim sektörünün gelişimini kuvvetlendirecek en önemli faktörlerden birisi; başkasının istediğini değil, kendisinin geliştirdiği katma değeri yüksek ürünlerle piyasada yer edinmektir. Markalaşma olarak tanımlayabileceğimiz bu kavram işletmeleri verimli çalışmaya iten rekabeti artırıcı stratejilerden biridir. İşletmelerin %94.3'ünün kendi markası bulunmaktadır. Bu işletmelerin %44.2'si Avrupa ile %31.2'si Asya ile, %14.7'si Amerika ve %9.8'i Uzakdoğu/Afrika ile ticaret yapmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin markalaşma eğiliminin çok yüksek olduğu, uluslararası pazarlara kendi markaları ile açılmak istedikleri, markalaşmanın uluslararası rekabette etkili olduğunun bilincinde oldukları görülmektedir.

Müşteri talepleri ve tercihleri moda, marka, fiyat, kalite vb değişkenlere bağlı olarak sürekli değişmektedir. Müşteriler işletmeleri, en çok %26,2 lik pay ile ürün kalitesinden dolayı tercih etmektedir. %22.3'ü ürünün fiyatının önemli olduğunu, %20'si ürün çeşitliliğinin önemli olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla işletmeler kaliteli ürün üretirken, bu ürünleri minimum maliyetle üretmelidirler ve pazara düşük fiyatlarla sunduklarında tercih edilmektedirler. Ayrıca müşterilerin beklenti düzeyini karşılayacak ürün çeşitliliğine de sahip olmalıdırlar.

İşletmelere göre tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabete gücünü belirleyen en önemli üç unsurdan ilki %28.5 ile ürün kalitesidir. %22.8'i üretim maliyetinin, %18.1'i ise zamanında üretim ve teslim süresinin olduğunu belirtmiştir. Rekabetin her geçen gün artarak devam etmesi firmalara fiyatlarını düşürme yönünde baskılar oluşturmaktadır. Firmalar minimum fiyatla ürün üretirken, maksimum kalitede ürün üretmek durumundadır ve bu dengeyi iyi oluşturmalıdırlar.

İşletmelerin faaliyette bulundukları pazarlardaki paylarını arttırmak için %26.8'i üretim maliyetlerinin düşürülmesi gerektiğini, %25.8'i tasarımlarının zenginleştirilmesinin gerekli olduğunu, %21.6'sı ise ürün kalitesinin artırılması gerektiğini seçmişlerdir. Bu veriler, işletmelerin maliyetleri düşürmeye çalışırken bir taraftan değişen moda eğilimlerini takip etmeleri gerektiğinin, üretimde esnek bir yapıya sahip olmaları ve kalite kontrol çalışmalarını düzenli yapmaları gerektiğinin bilincinde olduklarını göstermektedir.

Müşterilerden alınan şikayetler açısından değerlendirme yapıldığında, katılımcıların %51.4'ü fiyatların yüksekliği, %28.6'sı ürün kalitesinin ve %20'si ise teslim süresinin şikayet konusu olduğunu belirtmişlerdir. Türkiye'de işgücü maliyetlerinin yüksek oluşu, hammadde yetersizliği ve üretimin tüketimi karşılama oranının düşüklüğü ve hammaddede ithalata bağımlılık ürünlerin maliyetlerini arttırıcı unsurlar arasındadır. İşletmelerin yurtiçinde veya yurtdışında fason üretim vb. , kaliteden ödün vermeden üretim maliyetlerini düşürmenin yollarını aramaları gerekmektedir.

Yoğun rekabet içerisinde olunan bu sektörde, rakiplerin izlenmesi, işletmelerin pazardaki paylarını arttırmak ve rakiplerine karşı yeni stratejiler geliştirmeleri için fırsatlar sağlayacaktır. İşletmelerin %27.1'i gelişmeleri internetten, %23.9'u yurtiçi/yurtdışı fuarlardan, %19.6'sı meslek kuruluşlarından, %14.2'si süreli yayınlardan ve %13.1'i seminerlerden takip ettiğini belirtmişlerdir. %2.1'i ise gelişmeleri moda haftası ve kataloglardan takip etmektedirler. İşletmelerin bilgi edinmek için tüm kaynakları kullandığı anlaşılabılır.

İşletmelerin geleceğe yönelik en önemli ihtiyaçlarına bakıldığında; %17.4'üne göre dış pazarlar arttırılmalı, %16.1'e göre nitelikli iş gücünün gerekliliğidir. %13.6'sı markalaşmanın %13.0'ü ürün tasarımı ve çeşitliliğinin, %11.3'ü ise çalışanların eğitiminin önemli olan ihtiyaçlardan olduklarını belirtmişlerdir.

İşletmeler, pazarda varlıklarını sürdürebilmek ve arttırabilmek adına maliyetlerin düşürülmesi için yöntemler geliştirmektedirler. Alınan sonuçlar, maliyetlere tüm süreçlerde dikkat edildiğini (ort.=4,37 değeri ile), gelir ve gider

bütçesinin de kontrollü bir şekilde dengede tutulmaya çalışıldığını ve gerekli önemin verildiğini (ort.=4,51 değeri ile) göstermektedir. İşletmeler aynı zamanda yüksek adetli ürün üreterek birim maliyetlerin düşmesini hedeflemektedirler. Bunu başarmak için (ort=3,68) mevcut süreçlerin modernleştirilmesi gerektiğinden teknolojiye düzenli bir şekilde yatırım yapmaktadırlar.

Uluslararası rekabette yer alabilmek için yapılması gerekenler açısından bakıldığında; alınan veriler müşteri odaklı olma ve markalaşmanın ne kadar önemli olduğunu bizlere göstermektedir. İşletmelerin uyguladığı ürün strateji yöntemleri içerisinde, daha çok ürün ve koleksiyon geliştirmeye çalışarak farklılaştırma stratejini uygulamaya çalıştıkları (ort.=4,37), müşterilerinden aldıkları geri bildirimlere yönelik kendilerini geliştirdikleri (ort=4,11) ve ürün kalitesini arttırmaya yönelik stratejiler geliştirdikleri (ort.=4,02) görülmüştür. Ayrıca bu strateji güçlü bir tedarik süreciyle desteklenmelidir. (ort=3,80). Markalaşmanın gerekliliği bir kez daha ön plana çıkmış ve marka tutundurma için yürütülen faaliyetlerinin (ort.=3,94) rekabeti arttırmak adına önemli olduğu görülmüştür

Pazarlama stratejileri açısından değerlendirme yapıldığında; işletmeler müşteri odaklı bir yaklaşım içerisindeyler (ort.=4,11) ancak gerek ürünlerin maliyetini minimize edememenin (ort.=3,48) gerekse de uluslararası rekabette yeni pazarlama stratejilerine yabancılık çekmelerinden (ort.=3,51) ötürü pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde uygulayamamaktadırlar. Mesleki bilginin arttırılmasına yönelik eğitimlere (ort=3,45) ortalama düzeyde bir önem verildiği anlaşılmaktadır. Sonuç olarak Türkiye'deki hazır giyim işletmeleri ilk olarak maliyet stratejisini (ort= 4,05) rekabetlerini arttırıcı strateji olarak uygulamaktadırlar. İkinci olarak ürün stratejisini izlemektedirler. (ort= 3,81). Pazarlama stratejisini ise daha az (ort=3,62) uyguladıkları görülmektedir.

Sonuçların yukarıda belirtildiği gibi değerlendirilmesinden sonra aşağıda bazı önerilerde bulunulmuştur.

ÖNERİLER

Yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlar ışığında Türk Tekstil ve Hazır Giyim işletmeleri ile ilgili öneriler aşağıda sunulmuştur.

Ürün kalitesi müşteriler için değişmez bir gereklilik olduğundan işletmeler ürün kalitesinin iyileştirilmesine önem vermelidir. Ayrıca teslim süresinin kısaltılması, satış sonrası destek gibi güçlü olunan yönler etkin kullanılmalıdır.

Markalaşma sürecine daha çok ağırlık verilmeli, küresel rekabette güçlü Türk markaları geliştirilmeli, Türk malı imajı kuvvetlendirilmelidir. Markalaşmanın kalıcı olması için müşterilerin en büyük beklentisinden biri olan ürün kalite standardının oluşturulması işletmelerin uluslararası alanda varlığının devamı için kuvvetli bir strateji olabilir.

İşletmeler ürün çeşitliliğine özen göstermeli, tasarımlar çeşitlendirilmeli, kendi birimlerinde üretmediği ya da parti miktarının çok yüksek olduğu ürünleri fason yaptırmalıdır. Tasarımların, müşterilerin satın alma kararlarında etkili olduğu düşünüldüğünde, tasarımların özgün modellerden oluşması sağlanabilir, bu alanda yetişmiş, mesleki bilgiye sahip tasarımcıların desteğinden yararlanılabilir.

İşletmeler sektör ve rakipleri ile ilgili gelişmeleri yakından takip etmeli, bu konuda aktif bir tavır sergilemelidirler. Gelişmeleri takip etmek için seminer ve moda haftalarına daha fazla katılmaya özen göstermelidirler.

İşletme yöneticileri, sektörün içinde bulunduğu yoğun rekabet ortamında kalıcı olabilmek için değişen ve gelişen çevre faktörleri iyi takip etmeli ve doğru yorumlayarak rekabet stratejilerini geliştirmelidirler. İşletmelerin rekabet içerisindeyken esnek bir yapıya sahip olmaları ve değişen şartlara kolayca uyum sağlayarak stratejilerini değişen şartlara göre hızlı ve zamanında oluşturmaları gerekmektedir.

Şüphesiz rekabet üstünlüğü sağlayacak unsurlardan bir tanesi de maliyetlerin düşük olmasıdır. Maliyetlerin düşürülmesi sadece ürünün niteliksel unsurlarında değil, üretim, pazarlama, satış vb. tüm süreçlerde gerçekleştirilmelidir. İşgücü maliyetlerinin yüksek olduğu ülkemizde, işgücü konusunda maliyet azaltılması için çalışanların sahip

olması gereken mesleki bilginin artırılmasına yönelik eğitimlere ağırlık verilebilir, alanında uzman kişilerden eğitimler alınabilir. İşletmeler, maliyetlerin düşürülmesine çalışırken, ürün kalitesinin geliştirilmesine önem vermeli, bu dengeyi iyi kurmalıdırlar.

Tekstil ve hazır giyim ihracatında risklerin azaltılması ve karlılığın artırılması için dış pazarda alternatifler çoğaltılmalıdır. Amerika, Uzakdoğu ve Afrika ile yapılan tekstil ve hazır giyim ticareti, Avrupa ve Asya ülkelerine oranla oldukça düşük seviyededir. Amerika ve Uzakdoğu ülkelerinin sektörde sahip oldukları üretim ve dış ticaret hacimleri düşünüldüğünde; işletmelerin bu pazarlarda faaliyet göstermeleri uluslararası alanda rekabet güçlerine ivme kazandırabilir.

Yapılan araştırmanın Türk Tekstil ve Hazır giyim sektörüne, sektörde faaliyet gösteren işletmelere, işletme yöneticilerine faydalı olmasını umar, ankete katılan işletme ve yöneticilerine teşekkür ederiz.



EK 1: Anket Formu

Bu çalışma T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilimdalı Uluslararası İşletmecilik Bölümü Yüksek Lisans tezinin araştırma bölümü için yürütülen bir çalışmadır. Bu yüksek lisans tezinin amacı; Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün uluslararası pazarlarda rekabet durumunu ve rekabetini arttırıcı hangi stratejileri izlediğini tespit etmek ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için çözüm önerileri geliştirmektir. Ankette yer alan soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Araştırmada verilen cevaplar bilimsel ahlaka uygun olarak **gizlilik ve güven ilkelerine bağlı kalınarak** sadece araştırmacı tarafından incelenecek ve değerlendirilecektir. Verilerin doğru toplanması ve yapılacak istatistiksel analizlerin doğru sonuçlar vermesi için tüm soruların cevaplanması gerekmektedir. **Lütfen tüm soruları cevaplandırmaya özen gösteriniz.**

Katılımınız için teşekkür ederim.

Lale SARI

Tez Danışmanı: Prof Dr Mehmet MELEMEN

Giriş Bölümü

Aşağıdaki sorular kişisel özellikleriniz ve firmanız ile ilgili genel birkaç sorudan oluşmaktadır. Vereceğiniz cevaplar, anketteki diğer cevaplarınızı anlamamız açısından bize yardımcı olacaktır.

Sorular

1- Kaç yıldır tekstil sektöründe faaliyet gösteriyorsunuz?

- a)0-5 yıl b)5-10 yıl c)10-15 yıl d)15-20 yıl e)20+

2- Firmanızda kaç personel çalışmaktadır?

- a)10 dan az b)10-24 kişi c)25-49 kişi d)50-249 kişi e)250+ kişi

3- Tekstil/Hazır giyim ihracatı/ithalatı yaptığınız bölgeler hangileridir?

- a)Amerika b)Asya c)Avrupa d)Diğer (Belirtiniz).....

4- Şirketteki pozisyonunuz?

- a)İşyeri sahibi b) Üst düzey yönetici c)Orta düzey yönetici d)Uzman

5- Eğitim durumunuz?

- a)Orta Öğretim b)Lise c)Üniversite d)Lisansüstü (Y.Lisans, Doktora)

6- Firmanızın kendisine ait bir markası var mı?

- a) Evet, var b)Hayır, yok

1. BÖLÜM

Bu bölüm firmanızın izlediği ve rekabetini arttırıcı stratejileri ile ilgilidir.

1- Rekabetinizi arttırmak için aşağıda yer alan hangi rasyonel kararları uyguluyorsunuz? (Birden fazla (3 şık) işaretleyebilirsiniz)

- a) Ucuz işgücü olan ülkelerde üretim yapmak
- b) Minimum maliyetli üretim yapmak
- c) Ürün çeşitliliğini arttırmak
- d) Markalaşmaya önem vermek
- e) Ucuz işgücünün olduğu ülkelere doğrudan yatırım yapmak(Üretim tesisi kurmak)
- f) Diğer (Belirtiniz)

2- Müşterileriniz firmanızı hangi nedenden dolayı tercih ediyor? (Önem sırasına göre sıralayınız. 1- En önemli)

- () Fiyat Politikası
- () Ürün Kalitesi
- () Ürün Çeşitliliği
- () Teslim Süresi
- () Marka bilinirliği
- () Diğer (Belirtiniz)

3- Tekstil ve Hazır Giyim sektöründe rekabet gücünü belirleyen en önemli üç unsur sizce nedir? (Önem sırasına göre sıralayınız. 1- En önemli olacak şekilde)

- () Üretim Maliyeti
- () Zamanında Üretim ve Teslim Süresi
- () Finansal Altyapı
- () Ürün Kalitesi
- () Ürünün Marka olarak benimsenmesi
- () Ürünün Görünümü
- () İşgücünün Niteliği
- () Fikri Mülkiyet Hakları
- () Eğitim ve Arge Faaliyetleri
- () Makine ve Teçhizat
- () Pazarlama
- () Diğer (Belirtiniz).....

4- Firmanızın pazardaki oranını arttırmak için yapmanız gerekenler nelerdir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

- a) Markalı ürünlerin üretilmesi
- b) Tasarımların zenginleştirilmesi
- c) Ürün kalitesinin artırılması
- d) Teslim süresinin kısaltılması
- e) Üretim maliyetlerinin düşürülmesi
- f) Diğer (Belirtiniz).....

5- Müşterilerinizden hangi konularda şikayet alıyorsunuz?

- a) Teslim süresi
- b) Ürün kalitesi
- c) Fiyatların yüksekliği
- d) Diğer (Belirtiniz).....

6- Tekstil ve Hazır Giyim sektöründeki gelişmeleri nasıl takip ediyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

- a) Seminerler
- b) Yurtiçi/Yurtdışı Fuarlar
- c) Süreli Yayınlar
- d) Meslek Kuruluşları
- e) İnternet
- f) Diğer (Belirtiniz).....

7- Firmanızın geleceğe yönelik en önemli ilk 5 ihtiyacı sizce nedir? (1- En önemli olacak şekilde sıralayınız)

- () Markalaşma
- () Nitelikli İşgücü
- () Yatırım için gerekli finansman
- () Teknoloji iyileştirme
- () Lojistik Altyapı
- () Makine ve Teçhizat
- () Dış Pazarları Arttırma
- () Çalışanların Eğitimi
- () Ürün tasarımı ve çeşitliliği
- () Diğer (Belirtiniz).....

Lütfen, firmanızla ilgili aşağıdaki görüşlere ne kadar katıldığınızı 1'den 5'e kadar olan sayıları işaretleyerek gösteriniz.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1	Firmamız tüm süreçlerdeki maliyetlerin düşürülmesi için çalışmaktadır.	1	2	3	4	5
2	Firmamız düzenli olarak maliyet ve genel gider kontrolü yapmakta ve raporlar hazırlamaktadır.	1	2	3	4	5
3	Firmamız rakiplerimize göre daha kısa zamanda, daha çok ürün ve koleksiyon geliştirmeye çalışmaktadır.	1	2	3	4	5
4	Firmamız rakiplerimize göre düşük fiyat politikası izlemektedir.	1	2	3	4	5
5	Firmamız üretim süreçlerindeki kalite kontrol metotlarını sürekli geliştirerek ürün kalitesini iyileştirmektedir.	1	2	3	4	5
6	Üretilen ürünlerde özgün tasarımlara önem vermekteyiz.	1	2	3	4	5
7	Firmamız maliyetlerin düşürülmesi için yüksek adetli ürün üretmektedir.	1	2	3	4	5

8	Firmamız müşterilerini çekebilmek için tanıtım faaliyetlerini (fuar/reklam/müşteri anketleri vs.) aktif bir şekilde yapmaktadır.	1	2	3	4	5
9	Pazarlamada sürekli yeni stratejiler geliştirmeye çalışmaktayız.	1	2	3	4	5
10	Firmamız mevcut süreçlerimizi daha da modernleştirmek için teknolojiye sürekli yatırım yapmaktadır.	1	2	3	4	5
11	Müşterilerimizin kalite problemleri her zaman en hızlı şekilde çözülmektedir.	1	2	3	4	5
12	Müşterilerimizden aldığımız geri bildirimler üretim stratejilerimizi değiştirebilir.	1	2	3	4	5
13	Firmamızda personelimize düzenli olarak mesleki bilgiyi arttırmak amacıyla eğitimler aldırılmaktadır.	1	2	3	4	5
14	Güçlü bir tedarik süreci için iyileştirmeler yapmaktadır.	1	2	3	4	5
15	Firmamız kendi markasını oluşturmak için çalışmalar yapmaktadır.	1	2	3	4	5

KAYNAKÇA

Kitaplar

Aras Güler; **Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği (Finansal Yaklaşım)**, 1. Basım, İstanbul: OM Yayınları, 2006

Arı Selçuk ve Diğerleri, **Türk Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücünü Arttırıcı Politika Önerileri (Dünya Uygulamalarıyla Bir Karşılaştırma)**, İstanbul, İHKB, 2004

Arı Tayyar, **Global Politika ve Güney Asya Hindistan- Pakistan İlişkilerine Analitik Bir Yaklaşım 1947-1994**, İstanbul: Alfa Basım Yayınları, İstanbul

Çeşmecioğlu Senem ve Müge Çakar, **Türk Konfeksiyon Yan Sanayii ve İsrail'e İhracat Olanakları**, İstanbul: Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri A.Ş.,1999

İlyasoğlu Eyüp, Lale Duruiz; **Turkish Clothing Industry**, İstanbul İyi Matbaası, İstanbul, Kasım 1991

İnalcık Halil, **Türkiye Tekstil Tarihi Üzerine Araştırmalar**, 1.Baskı, İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2008

Nebioğlu Hüsamettin, **Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara, Ocak-2001,

Saygılıoğlu Nevzat, **“Tekstil Sektörünün Dış Ticarete Karşılaştığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, 1.Baskı,Türk Tekstil ve İşverenleri Sendikası, Harman Ofset Basın Yayın, 2006

Tatlılil Rezan; **12 Üyeli AT'ye Tekstil ve Hazır Giyim İhracatçının Geliştirilmesinde Pazarlama Karmasının Oluşturulması**, İstanbul Matbaası, 1.Baskı, İzmir, 1987

Sürekli Yayınlar

Afatoğlu, Ali. “Türkiye, Tekstil Ticaretini Seviyor”. Turkishtime (Temmuz 2013)

Bozoğlu Zülfü Mert, **Türk Hazır Giyim Sektöründe Çin Tehdidine Karşı Markalaşma**, İGEME'den Bakış, Yıl:8, 2004/3, Sayı: 28

Ceyhan Hakan, **Hindistan'ın Bilgi Teknolojilerindeki Atılımı ve Türkiye**, İGEME'den Bakış, Yıl:7, Eylül-Aralık 2003, Sayı: 25

- Doğan Özlem İpekgil ve diğ., İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi, 2003, Cilt 5, Sayı 2
- Eraslan İ.Hakkı ve İsmail Bakan, “Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı.13, Bahar 2008
- Erkan Birol, “Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, <https://easiv.anadolu.edu.tr>, (31.05.2016)
- Gambini Gilberto; **International Trade of the European Union in 2007**, Eurostat, Statics, 2008 Sayı:92
- Gürlesel Can Fuat, Sadi Uzunoğlu ve Uğur Civelek. “Hazır Giyim Sektörünün Türkiye ve Dünyadaki Gücü”, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Kasım 2002
- İstanbul Sanayi Odası, **İmalat Sanayiinin Uluslararası Rekabet Gücü, Avrupa Birliği ve Diğer Rakip Ülkelerle Karşılaştırma**, 1.Baskı, İstanbul, 2002, Sayı:16
- Simten Şebnem Gökçü, “Tekstil ve Giyim Anlaşması Sonrasında Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü”, Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, 2005, Sayı XIX, <http://www.mfa.gov.tr>, (30 Ekim 2014)
- Tekstil İşveren, **Eylem Planı Tekstil ve Hazır Giyimi Çin – Mısır Yerine Doğu’ya Çeker mi?**, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi, İstanbul, Ekim 2008, Sayı: 343
- Tekstil İşveren, **İthalat Ucuzladı Tekstilde Üretim Düşüşü Hızlandı**, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi, İstanbul, Haziran 2008, Sayı:339
- Tekstil İşveren, **Narin: Tekstilde Kriz Yaratanlar İthalattan Nemalananlardır**, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi, İstanbul, Mart -Nisan 2008, Sayı: 337
- Tekstil İşveren, **Tekstil Sektöründe İhracat da Sıkıntılar da Artıyor**, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi, İstanbul, Şubat 2008, Sayı: 336
- Tekstil İşveren, **Tekstil ve Hazır Giyim 2 Yıl Aradan Sonra ESDK’da**, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi, İstanbul, Mayıs 2008, Sayı: 338
- Tekstil İşveren, **Türkiye Ekonomisi Kesintisiz Büyüyor Tekstil Sektörü Kan Kaybediyor**, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi, İstanbul, Ağustos 2008, Sayı: 341
- Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Aylık Dergisi. “Tekstil Sektöründe İhracat da Sıkıntılar da Artıyor”. İstanbul, Şubat 2008, Sayı: 336

Uğur Abdullah, “Türkiye’nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2004, Sayı 2, <http://www.ankara.edu.tr>, (23 Ekim 2014)

United States International Trade Commission, Textiles and Apparel Imports from China, [Annual Compilation 2013, Publication Number: 4465, Investigation Number: 332-501, May 2014](#)

Varol G. Müge, “Cumhuriyetin 80.yılında 1923-2003 Türk Dış Ticaretinin Gelişiminin Kısa Tarihçesi”, **Dış Ticaret Müsteşarlığı Dergisi**, 2003.

World Trade Organization, Background Statistical Information with Respect to Trade in Textiles and Clothing, 20 September 2004

Yücel Yener, “Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil Ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdidi”, **Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt XXIX, Sayı II, 2010

Diğer Yayınlar

Akçagün Engin, “Türk Hazır Giyim Sanayinde Uluslararası Pazarlarda Üstünlük Sağlamasına Yönelik Rekabet Stratejisi Modeli Geliştirilmesi”, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Marmara Üniversitesi FBE, 2011

Arslan Kahraman, ‘Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası’, **Müsiad Araştırma Raporları**, İstanbul, 2008

Benli Caner, “Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Değişen Dünya Pazarlarına Uyum Süreci”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Gazi Üniversitesi SBE, 2008

Çakıroğlu Deniz, **Çin Ülke Raporu**, TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 2008

Çalışkan Özge, **Konfeksiyon Sektörü**, Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü, İstanbul, 2006

Çalışkan Özge, **Tekstil Sektörü**, Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü, İstanbul, Haziran 2006

Çukurova Kalkınma Ajansı, **Hazırgiyim ve Konfeksiyon Raporu**, Şubat 2012

Deik Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, Dış Ticaret İstatistikleri, Ocak 2007

Demir Musa, **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Aralık 2002

- Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü, 2007 Yılı Ocak-Mart Dönemi İhracatının Genel ve Sektörel Değerlendirmesi, 2008
- Dincel Gülay, **Tekstil-Hazır Giyim**, TSKB Ekonomik Araştırmalar Müdürlüğü, İstanbul, Kasım 2014
- Dincel Gülay, **Tekstil-İplik**, TSKB Ekonomik Araştırmalar Müdürlüğü, İstanbul, Temmuz 2014
- Ekonomi Bakanlığı, **Hazır Giyim Sektörü**, Sektör Raporları, Ankara, 2014
- Eraydın Kıvılcım ve Alev Atak; **Çin ve Hindistan: Dünya Ekonomisindeki Rollerine İlişkin Bir Değerlendirme**, İş Bankası İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü, Haziran 2007
- EURATEX General Assembly. **The EU-25 Textile&Clothing Industry in the Year 2006**. 01.06.2007
- Garanti Bankası Kredi Politikaları Müdürlüğü, **Büyük bir Pazar: Dünya Tekstil Sektörü ve Çin Gerçeği; Hazır Giyim Sektörü**, Dış Ticaret Toplantıları, İstanbul 2003
- Garanti Bankası Kredi Politikaları Müdürlüğü, **İplik Sektörü**, Dış Ticaret Toplantıları, 2003
- Görgülü Ayhan, “Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Markalaşma ve İhracata Etkileri”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Uludağ Üniversitesi, 2006
- Güleryüz, Ömer, “Küresel Gelişmeler Işığında Türkiye’de Tekstil Sektörü ve Geleceği”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Süleyman Demirel Üniversitesi S.B.E, 2011
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatif Genel Müdürlüğü, **2012 Yılı Pamuk Raporu**, Ankara, 2013
- Hedef Dergisi, “Uzakdoğu Rakip mi Pazar mı?”, Mayıs 2008, Sayı 172
- İSO, **Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi**, AB’ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri, Eylül 2010, İstanbul
- İTKİB Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2014 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi**, Ocak 2015
- İTKİB Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2013 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi**, Ocak 2014
- İTKİB Genel Sekreterliği AR& GE ve Mevzuat Şubesi, **Dünya’da ve Türkiye’de İplik Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler**, Ekim 2013

- İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, **Dünyanın En Büyük Pazarı ABD; Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler**, Ocak 2009
- İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2008 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi**, Ocak 2009
- İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, **İstatistiklerle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti**, 2006
- İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, **Tekstil Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi 2008 Ocak-Mart**, Nisan 2007
- İTKİB Genel Sekreterliği AR&GE ve Mevzuat Şubesi, **Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2014 Ağustos Aylık İhracat Bilgi Notu**, İstanbul, Eylül 2014
- İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge Mevzuat Şubesi, **Türkiye Genel, Hazır Giyim, Tekstil, Deri ve Halı Dış Ticareti 2005-2014 Yıllık**, İstanbul, 2015
- İTKİB Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Dünyanın En Büyük Pazarı ABD**, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, Ağustos 2009
- İTKİB Genel Sekreterliği ARGE ve Mevzuat Şubesi, **Hazır Giyim-Konfeksiyon Sektörleri Açısından ABD**, Temel Ekonomik Göstergeler Genel ve Sektörel Bilgiler, Eylül 2013
- İTKİB Genel Sekreterliği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Şubesi, **Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi 2014 Yıllık**, 2015
- İTKİB Genel Sekreterliği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Şubesi, **Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi**, 2014
- İTKİB Genel Sekreterliği Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, **Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Performansı**, Şubat 2015
- İTKİB Genel Sekreterliği Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, **Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Haziran Ayı İhracat Bilgi Notu Haziran 2015**, Temmuz 2015
- İTKİB Genel Sekreterliği, AR & GE ve Mevzuat Şubesi, **Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti Temel Ekonomik Göstergeler ve Sektörel Bilgiler**, İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, Eylül 2007
- İTKİB Hazır Giyim ve Konfeksiyon Şubesi, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü 2014 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi**, Ocak 2015
- İTKİB **Tekstil Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi**, İstanbul, 2012 Ocak-Eylül,

- İTKİB Tekstil, Deri ve Halı Şubesi, **Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2010 Yılı Ocak Ayı İhracat Performansı**, Şubat 2015
- İTKİB, **Türkiye'nin En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014**, İstanbul, 2015
- İTKİB, **Türkiye'nin En Fazla İthalat Yaptığı Ülkeler Genel, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri, Halı 2013-2014**, İstanbul, 2015
- İTO Tekstil Şurası**, İstanbul Tekstil Odası, 23-24 Ocak 2007, İstanbul, Euromat Matbaası, yayın No:2007-39
- İTO, **Tekstil'de Yeni Ufuklar; Teknik Tekstil**, Yayın No: 2005-31, İstanbul
- Johansson Ulf, **Them main Features of the EU Manufacturing Industry**, Eurostat, 2008
- Kabal Abdullah Korhan, 1980-2005 Yılları Arasında Uygulanan Ekonomik Politikalar ve Bunların Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, T.C. Atatürk Üniversitesi SBE, Erzurum, 2007
- Keskin Filiz, **Tekstil Ürünleri İmalatı**, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, 2012
- Kınoğlu, Volkan. "Son Gelişmeler Işığında Türk Tekstil Sektöründeki İhracat Olanakları", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi SBE, 2006
- Koçyiğit Funda, "Türk Hazırgiyim Sektöründe Kotaların Kalkmasıyla Görülen Markalaşma Durumu", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Gazi Üniversitesi EBE, 2008
- Makaroğlu İsa, Türkiye Dış Ticaretinde Hindistan İhracatı ve İhracatçıların Eğitimi İle İlgili Bir Araştırma, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, TC Gazi Üniversitesi, Ankara, 2006
- MÜSİAD, **Tekstil ve Deri Sektör Raporu**, İstanbul, Temmuz 2013
- Öngüt Ç. Emrah, **Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayiinin Değişen Dünya Rekabet Şartlarına Uyumu**, Devlet Planlama Teşkilatı Uzmanlık Tezleri, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara, Ocak 2007
- Özbek Orkun, **AB Yolunda Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü**, Yayın No: 27, İzmir Ticaret Odası, İzmir, 1996
- Özgür İbrahim, "Türkiye'de Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Durumu ve Çıkış Stratejileri", **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Kadir Has Üniversitesi SBE, 2006

- Öztürk Aziz, “Kriz Yönetimi ve Tekstil Sektörüne Etkileri ile İlgili Bir Uygulama”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Selçuk Üniversitesi SBE, 2003
- Öztürk Fatih, Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Türkiye’nin Rekabet Edilebilirliği ve Ülke Karşılaştırmaları, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE, 2007
- Özüdoğru Tijen, **Durum ve Tahmin Pamuk 2011-2012**, TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Ankara, 2011
- Özüdoğru Tijen, **Durum ve Tahmin Pamuk 2013-2014**, TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Ankara, 2014
- Özüdoğru Tijen, **Pamuk İpliği**, T.E.A.E. Bakış - Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Sayı:1 Nüsha 7, Aralık 2007
- Parıltı Hasan ve Berna Türkant; **Türkiye Tekstil Sektörünün 1999 Yılı İhracat Performansının Değerlendirilmesi**, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Nisan 2000
- Sevim Ümit ve Alparslan Emek; **Elyaf & İplik**, TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 2006
- Sevim Ümit ve Oğuz Koyuncu, **Hazır Giyim**, T.C. Başbakanlık Dış ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2008
- Sevim Ümit ve Oğuz Koyuncu; **Elyaf & İplik**, TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 2008
- Şahin İlker, **Tekstil Sektörü**, Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Bölümü, İstanbul, Aralık 2011
- ŞAT Aslı Göksun, **Tekstil Sektörü**, T.C. İş Bankası AŞ İktisadi Araştırmalar Bölümü, İstanbul, Aralık 2011
- Şen Esin, **A.B.D Ülke Raporu**, TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 2008
- Şengül Haydar, Ali Koç, Ahmet Bayoner, Frank Fuller, **Türkiye’de Pamuk Pazarı: Gelecekteki Talebi Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi**, Proje Raporu 2001-1 T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ankara, Ocak 2001
- T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, **Tekstil, Hazırgiyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu**, Ankara, 2014/1
- T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, **Tekstil, Hazırgiyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu**, Ankara, 2012/2

- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, **Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu**, 2013/1
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2014 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2015, s.12
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, **2013 Yılı Pamuk Raporu**, Şubat 2014, s.5
- TC Başbakanlık Planlama Teşkilatı, **9.Kalkınma Planı 2007/2013; Tekstil Deri ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, 2007
- TC Ekonomi Bakanlığı, **Ekonomik Görünüm**, Ekim 2014
- TC Kalkınma Bakanlığı, **Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Tekstil Deri Hazır Giyim Çalışma Grubu Raporu 2023**, Ankara 2014
- Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi**, İstanbul, 2006
- Turkishtime, **İhracat Stratejileri, Türkiye Tekstil Ticaretini Seviyor**, Temmuz 2013
- Türk Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, **Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, Ankara, Ocak 2001
- Türkiye İstatistik Kurumu, **İstatistiklerle Türkiye 2014**, Ankara, Haziran 2015
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, **Ekonomik Rapor**, Ankara, 2010
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, **Ekonomik Rapor**, Ankara, 2014
- Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, **AB-28 T&H Ticaret İstatistikleri İlk Çeyrek**, Ankara, 2015
- Türkkan Duygu, “Türk Dış Ticaret Dengesinde Tekstil Sektörünün Rolü ve Finansman Olanakları”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Marmara Üniversitesi SBE, 2006
- Uzunoğlu Hande ve İlknur Ünal, **Türk Hazır Giyim ve Tekstil Sektörünün 2008 Yılı Rekabet Durumu(I)**, İTKİB Genel Sekreterliği Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi, Kasım 2008
- World Trade Organization, **Background Statistical Information with Respect to Trade in Textiles and Clothing**, 20 September 2004
- World Trade Organization. Textiles and Clothing. 2012. <http://www.wto.org/statistics> (15.12.2014)

Yılmaz Sezin, “Türkiye’de Tekstil Sanayinin 1980-2000 Yılları Arasındaki Durumu ve Mekansal Dağılımı”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Ankara Üniversitesi SBE, 2006

Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Projesi Tekstil Paneli (Son Rapor). Temmuz 2003.
https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/tekstil/tekstil_son_surum.pdf (10.05.2015)

2003-2014 Büyüme Oranları. www.akifhamzacebi.org/teg/DunyaBuyumesi.pdf,
(01.11.2014)

<http://www.danismend.com/kategori/altkategori/urun-ve-hizmet-kalitesinin-bilesenleri/>
(26.Nisan.2016)

GDP growth (annual %).
<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries>
(02.11.2014)

United States GDP Growth Rate. <http://www.tradingeconomics.com/united-states/gdp-growth> (02.11.2014)

Agritrade Infomed Analysis. Expert Opinions. Cotton Sector. Executive Briefs, October-2012, <http://www.agritrade.cta.int/Agriculture/Commodities/Cotton/>
(15.02.2014)

Aydın Ticaret Borsası. 2013 Yılı Pamuk Raporu. 2014. www.aydinticaretborsasi.org.tr
(04.07.2015)

ISBASAR Cihat Erse, “Short Term Industrial Business Statistics in Turkey”, Eurostat Statics, 55/2008, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (14.02.2014);

United States Department of Agriculture. Cotton and Wool Outlook. October 14, 2008.
www.ers.usda.gov (12.06.2014)

Cotton Incorporated. Monthly Economic Letter. October-2014,
<http://www.cottoninc.com/corporate/Market-Data/MonthlyEconomicLetter>
(23.08.2015)

Çin’in DTÖ’ye Katılımının AB ve ABD Pazarları ile Türkiye’ye Etkileri,
http://www.ekodialog.com/makaleler/cin_dtaya_katilimi_abd_turkiye.html
(31.05.2016)

Devlet Planlama Teşkilatı. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967). 1963.
<http://www.kalkinma.gov.tr>, (23 Ekim 2014)

Cottonusa. Dünya ve Amerikan Pamuk Pazarlarının Ekonomik Görünümü. Nisan 2016.
<http://www.cottonusaturkey.com/wp-content/uploads/2010/08/Economic-Apr-2016-TU.pdf>, s.13 (10.05.2016)

- Eurostat. 2013 Enterprise and Industry. <http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (01.07.2014)
- Eurostat. 2014 Enterprise and Industry . <http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statics.htm> (17.08.2015)
- Eurostat, Textiles, clothing, leather and footwear. 2007. (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>) (04.05.2014)
- Gençer Oktay ve Diğerleri, “Türkiye’de Pamuk Üretimi ve Sorunları”, www.zmo.org.tr, (15 Ekim 2014)
- International Labour Organization. Sectoral Activities Department, Wages and Working Hours in the Textiles, Clothing, Leather and Footwear Industries. GDFTCLI 2014. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/ (21.08.2015)
- İstanbul Sanayi Odası, Tekstil İmalatı Sanayi Sektör Raporları, Ocak 2014, www.iso.org.tr (4 Temmuz 2015)
- İstanbul Sanayi Odası, Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi, AB’ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri, 2010 http://www.aia-istanbul.org/files/tekstil_sanayii.pdf (04.06.2015)
- Meyer Leslie, Stephen MacDonald and James Kiawu, “Cotton and Wool Outlook”.A Report from the Economic Research Service 2012-2013. <http://www.ers.usda.gov/media/1076041/cws13d.pdf>, (10.05.2016)
- Meador M.Melinda and Wu Xinping, “China Peoples Republic of Cotton and Products Annual 2013, USDA”, Foreign, Agricultural Service, Gain Report, No.13017, 4.2.2013, <http://gain.fas.usda.gov/> (28.08.2015)
- OECD Statics, <http://stats.oecd.org/#> (31. Temmuz.2015)
- Orta Anadolu Süs Bitkileri ve Mamülleri İhracatçıları Birliği. Dış Ticaretle İlgili Uluslararası Anlaşmalar Hangileridir? Dünyadaki Ekonomik ve Siyasi Entegrasyonlarda Türkiye’nin Yeri. <http://www.susbitkileri.org.tr/> (28.08.2015)
- Pamuk Fiyatları Geriye Gitti, 2014 Ekimi de Tehlikede.* 2013. <http://www.istekobi.com.tr> (13.07.2015)
- Pamukta Hasat Zamanı.* <http://www.tzob.org.tr> (01.11.2014)
- T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu. Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri. 2008. <http://www.eaf.ku.edu.tr> (23.07.2015)

- T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü. Sektör Raporları. 2014.
<http://www.ekonomi.gov.tr> (01.05.2015)
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. Çin Halk Cumhuriyeti Ülke Raporu. Ocak 2013,
<http://www.tucsiad.org.tr/> (25.08.2015)
- T.C. Kalkınma Bakanlığı, Uluslararası Ekonomik Göstergeler. 2013.
<http://www.kalkinma.gov.tr/> (16.10.2014)
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. Hazır giyim Sektörü. Sektör Raporları. 2014.
<http://www.ekonomi.gov.tr> (1.08.2015)
- TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Dünya ve Türkiye Pamuk Üretimi. 2014.
<http://www.upk.org.tr> (01.11.2014)
- The European Apparel and Textile Confederation.
<http://euratex.eu/library/statistics/key-data/> (06.04.2014)
- TÜİK. Türkiye İstatistik Yıllığı. 2013. <http://www.tuik.gov.tr> (30.07.2015)
- Türk Tekstil ve Tekstil Ürünleri Sektörünün Finansal Yapısının Altman Finansal Başarısızlık Modeli (Z Score) ve Kârlılık Rasyoları Yardımıyla İncelenmesi (2005-2008 Yılları Arası İnceleme ve 2009-2010 Yılı Tahmini.*
<http://www.sbe.balikesir.edu.tr/dergi/makaleler> (20.08.2014)
- TUSIAD, China Business Insight, China Textile Industry, June 2013,
<http://www.tusiad.org/> (28.08.2015)
- World Trade Organization, International Trade Statistics, “Merchandise Trade”,
http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its_e.htm (05.08. 2014)
- World Trade Organization,
<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBStatProgramHome/>, (13.10.2014)
- China. September 2013.*
http://webservices.wto.org/resources/profiles/TP/ZZ/2013/CN_e.pdf (21.Ağustos.2015)
- <http://www.textileworldasia.com/Issues/2009/October-November> (28.08.2015)
- <http://www.mevzuatdergisi.com/2004/03a/01.htm> (26.04.2016)
- İstanbul Sanayi Odası. Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi. AB’ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri. 2010 http://www.aia-istanbul.org/files/tekstil_sanayii.pdf, (04.06.2015)
- Kutlu Ümit Bayram, “Dünya ve Türkiye Pamuk Üretimi”, <http://www.tarim.gov.tr> (24.Ağustos.2015)

- Vivian Zhu, “China’s Textile Industry”, [Electronic Version] *GC Ticker*, October-November 2011, http://china.ahk.de/fileadmin/ahk_china/Dokumente/GC-Ticker/GT_11i5_1.pdf (24.Ağustos.2015)
- Vivian Zhu, “The Emperor’s New Clothes Come From China”, [Electronic Version] www.china.ahk.de, October- November 2011(24.Ağustos.2015)
- World Trade Organization, International Trade Statistics 2013. Merchandise Trade. http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2012 (15.Temmuz.2015)
- World Trade Organization, International Trade Statistics 2014. Merchandise Trade. http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its_e.htm, (15.Temmuz.2015)
- İTKİB, Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti; Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/cin>, 2013, (15.07.2015)
- DTM Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirmeler Genel Müdürlüğü, www.dtm.gov.tr (02.11.2013)
- EUROPEAN COMMISSION, Textile, Trade report comparison per year (Yearly totals). 2015. <https://circabc.europa.eu> (11.05.2016)
- World Trade Organization, Aid for Trade and Value Chains in Textiles and Apparel. 2013. http://www.oecd.org/dac/aft/AidforTrade_SectorStudy_Textiles.pdf (10.05.2015)
- İTKİB Genel Sekreterliği AR&GE ve Mevzuat Şubesi, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti, Şubat 2014, <http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=RAPORLAR> (25.Ağustos.2015)
- İTKİB. 1980’den 2007’ye Tekstil-Konfeksiyon İhracat-İthalat İstatistikleri. www.itkib.org.tr (25.10.2014)
- İTKİB, **Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Açısından ABD**, Ocak 2015, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/> (21.Ağustos.2015)
- İTKİB, Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü 2015 Yılı Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu, Şubat 2015, <https://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/> (2 Ağustos 2015)
- İTKİB, Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak ÇHC; Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, 2014, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2014/> (24.Ağustos.2015)

- İTKİB, Tekstil ve Konfeksiyon Pazarı Olarak Çin Halk Cumhuriyeti; Temel Ekonomik Göstergeler, Genel ve Sektörel Bilgiler, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar> , 2013, (15.07.2015)
- ODİ, The role of textile and clothing industries in growth and development strategies, 7 May 2008 <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi/> (10.05.2016)
- Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, Tekstil ve Hazır giyim Sanayinin Türk Ekonomisindeki Yeri. 2014. http://www.tetsiad.org/files/downloads/bilgi_bankasi , (10.05.2016)
- The Statistics Portal. Clothing production in China from March 2015 to March 2016 (in billion meters). <http://www.statista.com/statistics/226193/clothing-production> (10.05.2015)
- World Trade Organization International Trade Statistics 2014, https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2014_e/its14_highlights2_e.pdf , (09.05.2015)
- Türkiye Cumhuriyeti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü. http://www.uis.gov.tr/media/1203/uis_izleme_degerlendirme_raporu (10.05.2015)
- Türkiye'nin Dampingli veya Sübvansiyonlu İthalata Karşı Önlemleri*, <http://www.escrc.com/article> (25.12.2015)
- Anti- Damping Uygulamaları, İthalatçı ve İhracatçılar için El Kitabı* <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content> (25.12.2015)
- İTKİB, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/TurqualityRaporlar/dosyalar> (20.05.2015)
- İTKİB, ABD 2009 İTKİB Raporu. <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar> (15.05.2015)
- <http://www.ekonomi.gov.tr> (28.07.2015)
- <http://www.gtb.gov.tr> (05.04.2015)
- <http://www.tuik.gov.tr> (05.11.2014)
- <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/> (08.04.2015)
- <http://www.cottonusatrkey.com> (02.06.2014)
- <http://www.eurostat.ec.europa.eu> (01.07.2014)

ÖZGEÇMİŞ

Lale SARI, 08 Şubat 1983 tarihinde Zonguldak ilinde doğdu. Lisans öğrenimini 2005 yılında Sakarya Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası İlişkiler Bölümünde tamamladı. 2005-2007 yıllarında arasında ABACICARD A.Ş.'de İhracat Uzmanı, 2007-2011 yılları arasında LC Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret A.Ş.'de Dış Ticaret Uzmanı olarak çalıştı.

2013 yılında T.C. Maliye Bakanlığında Defterdar Uzman Yardımcısı olarak çalışmaya başlayan SARI, halen T.C. Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu'nda Vergi Müfettiş Yardımcısı olarak çalışmaktadır. Evli ve bir çocuk annesidir.