

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

**ÇİN HALK CUMHURİYETİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON
İHRACATININ TÜRKİYE’NİN İHRACATINA ETKİLERİ
VE BİR SAHA ARAŞTIRMASI
(ZORLU LİNEN A.Ş. ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÜLDEN ŞENCAN

İstanbul, 2006

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

**ÇİN HALK CUMHURİYETİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON
İHRACATININ TÜRKİYE’NİN İHRACATINA ETKİLERİ
VE BİR SAHA ARAŞTIRMASI
(ZORLU LİNEN A.Ş. ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÜLDEN ŞENCAN

DANIŞMAN: YRD. DOÇ. DR. MEHMET MELEMEN

İstanbul, 2006

Tez Onay Belgesi

İŞLETME Anabilim Dalı ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK Bilim Dalı
Yüksek Lisans öğrencisi GÜLDEN ŞENCAN' ın ÇİN HALK CUMHURİYETİ TEKSTİL
VE KONFEKSİYON İHRACATININ TÜRKİYE'NİN İHRACATINA ETKİLERİ VE BİR SAHA
ARAŞTIRMASI(ZORLU LINEN A.Ş.ÖRNEĞİ) adlı tez çalışması ,Enstitümüz Yönetim
Kurulunun tarih ve sayılı kararı ile oluşturulan jüri tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak
kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 01.10.2006

1) Tez Danışmanı : YRD. DOÇ.DR. MEHMET MELEMEN

2) Jüri Üyesi : DOÇ. DR. SERDAR PİRTİNİ

3) Jüri Üyesi : YRD. DOÇ.DR. MEHMET EMİN OKUR



ÖNSÖZ

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalında hazırlamış olduğum yüksek lisans tezini sonuçlandırmamda görüş ve önerileri ile katkıda bulunan değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Mehmet Melemen'e, Prof. Dr. Cengiz Ceylan'a, Dyehouse Solutions International Genel Müdürü Sn. David T. Parkes'e, Sn. Aziz Akman'a ve desteklerini esirgemeyen aileme çok teşekkür eder, çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

İstanbul, 2006

Gülden Şencan

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

TABLolar LİSTESİ.....	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XI
KISALTMALAR.....	XII
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ VE TÜRKİYE

1.1. Sektörün Tanımı.....	2
1.2. Dünyada Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Genel Bakış.....	4
1.2.1. Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine İlişkin Uluslararası Düzenlemeler.....	5
1.2.1.1. Tekstil ve Giyim Anlaşması.....	6
1.2.1.2. Diğer Ticaret Politikası Araçları.....	8
1.2.2. Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Tüketimi ve Başlıca İthalatçı Ülkeler.....	12

1.3.	Tarihsel Süreçte Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı.....	16
1.3.1.	Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Tarihsel Gelişimi.....	17
1.3.2.	Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği ve Türk Tekstil ve Konfeksiyon İhracatına Etkileri.....	21
1.3.3.	Gümrük Birliği Üyeliği ve Türkiye Tekstil İhracatına Etkileri.....	23
1.4.	Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatında Mevcut Genel Durum.....	24
1.4.1.	Türkiye'nin Genel Ekonomik Durumu.....	25
1.4.1.1.	Enflasyon.....	27
1.4.1.2.	Büyüme.....	27
1.4.1.3.	Döviz.....	28
1.4.1.4.	Dış Ticaret.....	28
1.4.1.5.	Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları.....	29
1.4.1.6.	İstihdam.....	30
1.4.2.	Sektörün Yapısal Değerlendirmesi.....	31
1.4.2.1.	Üretim.....	33
1.4.2.2.	Maliyetler.....	34
1.4.2.3.	Vergi ve Teşvik Politikaları.....	36
1.4.3.	Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Mevcut Durum Değerlendirmesi.....	38
1.4.3.1.	Tekstil.....	40
1.4.3.2.	Hazır Giyim.....	43

2. BÖLÜM

ÇİN HALK CUMHURİYETİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ

2.1.	Tarihsel Süreç.....	46
2.1.1.	Çin Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Tarihi.....	48
2.1.2.	Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği.....	50
2.1.2.1.	Hukuki Altyapı.....	50
2.1.2.2.	Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Sonrası Çin Tekstil İhracatı.....	53
2.2.	Çin Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Mevcut Durumun Türkiye İle Kıyaslamalı Analizi.....	54
2.2.1.	Çin Halk Cumhuriyeti Genel Ekonomik Durumu.....	54
2.2.1.1.	Doğal Kaynaklar.....	58
2.2.1.2.	Altyapı ve Teknoloji.....	59
2.2.1.3.	Döviz.....	60
2.2.1.4.	Büyüme.....	61
2.2.1.5.	Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları.....	63
2.2.1.6.	İstihdam.....	64
2.2.2.	Sektörün Yapısal Değerlendirmesi.....	65
2.2.2.1.	Üretim.....	65
2.2.2.2.	Maliyetler.....	67
2.2.2.3.	Vergi ve Teşvik Politikaları.....	68

3. BÖLÜM

TÜRKİYENİN TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRAÇ PAZARLARINDA ÇİN HALK CUMHURİYETİ İHRACATI VE TÜRKİYE İHRACATINA ETKİLERİ

3.1. Sektörde Türkiye – Çin Rekabeti.....	71
3.2. Karşılaştırmalı İhracat Analizi.....	78
3.2.1. Avrupa Birliği Pazarında Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye İhracatı.....	78
3.2.1.1. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Öncesi Avrupa Birliği'ne İhracat.....	79
3.2.1.2. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Sonrası Avrupa Birliği'ne İhracat.....	84
3.2.2. Amerika Birleşik Devletleri Pazarında Çin ve Türkiye İhracatı.....	94
3.2.2.1. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Öncesi Amerika Birleşik Devletleri'ne İhracat	95
3.2.2.2. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Sonrası Amerika Birleşik Devletleri'ne İhracat	100

4. BÖLÜM

ÇİN HALK CUMHURİYETİ İHRACATININ TÜRKİYE TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATINA ETKİLERİNE İLİŞKİN BİR SAHA ARAŞTIRMASI (ZORLU LİNEN A.Ş. ÖRNEĞİ)

4.1. Araştırmanın Amacı.....	108
4.2. Araştırmanın Yöntemi.....	109
4.2.1. Örneklem Seçimi	110
4.2.2. Soruların Hazırlanması.....	110

4.2.3. Ev Tekstili Sektörüne İlişkin Genel Bilgiler.....	111
4.2.4. Araştırma Kapsamındaki İşletmeye İlişkin Genel Bilgiler.....	113
4.3. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	115
4.3.1. Firmanın Üretim Yapısı.....	115
4.3.2. Firmanın İhracat Değerlendirmesi.....	116
4.3.2.1. Firmanın İhracatında Çin Halk Cumhuriyeti Etkisi.....	118
4.3.2.2. Firma İhracatında Geleceğe İlişkin Eğilimler.....	122
4.4. Saha Araştırması Sonuçlarının Genel Değerlendirmesi.....	123
SONUÇ.....	126
EKLER.....	131
KAYNAKÇA.....	141

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1	:	2004 Yılı Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticareti	13
Tablo 2	:	2004 Yılı Önde Gelen Tekstil İthalatçısı Ülkeler.....	14
Tablo 3	:	2004 Yılı Önde Gelen Konfeksiyon İthalatçısı Ülkeler.....	15
Tablo 4	:	1996-2005 Yılları Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Genel İhracat İçindeki Yeri.....	17
Tablo 5	:	2001-2005 Yılları Türkiye'de Başlıca Ekonomik Göstergeler.....	26
Tablo 6	:	2000-2005 Yılları Türkiye'de İşgücü ve İstihdam Durumu.....	31
Tablo 7	:	2001-2005 Yılları İtibariyle Asgari Ücret	35
Tablo 8	:	2001-2005 Yılları Tekstil ve Giyim Sektörlerine Tahsis Edilen Yatırım Teşvik Belgeleri (Yüzde).....	38
Tablo 9	:	2004-2005 Yılları Genel İhracat Performansı İçinde Türkiye Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı	40
Tablo 10	:	2004-2005 Yılları Başlıca Ülke Grupları İtibariyle Türkiye Tekstil İhracatı (Bin Dolar).....	42
Tablo 11	:	2005 Yılı Genel İhracat Performansı İçinde Hazır Giyim İhracatının Payı.....	44
Tablo 12	:	2004-2005 Yılları Başlıca Ülke Grupları İtibariyle Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Tutarları.....	45
Tablo 13	:	1998-2005 Yılları Çin Halk Cumhuriyeti'nin Genel ve Finansal Göstergeleri.....	57
Tablo 14	:	2000-2005 Yılları Dünya Pamuk Üretim ve Tüketimi (Bin Ton).....	58
Tablo 15	:	2001-2005 Yılları Çin Halk Cumhuriyeti Büyüme.....	62
Tablo 16	:	2003 Yılı Türkiye ve Çin'de Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Üretim Maliyetleri Karşılaştırması.....	68

Tablo 17 :	2003 Yılı Türkiye Tekstil Sanayii Rekabet Gücünün Çin ile Karşılaştırılması.....	76
Tablo 18 :	2003 Yılı Türkiye ve Çin’de Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Alt Yapısının Karşılaştırmalı İncelenmesi.....	77
Tablo 19 :	2003 Yılı Türkiye ve Çin’de Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Pazarlama Süreci Kriterleri	77
Tablo 20 :	1998-2000 Yılları Avrupa Birliği’nin Birlik Dışı Başlıca Tekstil Tedarikçisi Ülkeler	81
Tablo 21 :	2001-2002 Yılları İtibariyle Kotaların Kaldırıldığı Kategorilerde Avrupa Birliği’nin Çin’den İthalatının Gelişimi (Yüzde).....	86
Tablo 22 :	2004-2005 Yılları Avrupa Birliği’nin Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatı (Miktar-Değer).....	89
Tablo 23 :	2004-2005 Yılları Kotaların Kaldırıldığı Ürünlerde Avrupa Birliği İthalatı.....	90
Tablo 24 :	1995-2000 Yılları ABD Tekstil-Konfeksiyon İthalatı (Milyon Dolar).....	95
Tablo 25 :	1995-2000 Yılları ABD Tekstil-Konfeksiyon İthalatı (Milyon m ²).....	96
Tablo 26 :	2001-2005 Yılları ABD Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı (Milyon Dolar).....	101
Tablo 27 :	2001-2005 Yılları ABD Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı (Milyon m ²).....	102
Tablo 28 :	2001-2005 Yılları Türkiye’den İthalatında Kota Kullanımı % 80’i Aşan Kategorilerde ABD İthalatı (Milyon Dolar).....	104
Tablo 29 :	2002-2005 Yılları İhracatta Bir Önceki Yıla Göre Yüzde Değişme.....	120

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AET	: Avrupa Ekonomik Topluluğu
a.g.e.	: Adı Geçen Eser
AR-GE	: Araştırma – Geliştirme
Asg.	: Asgari
ATC	: Agreement on Textiles and Clothing (Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması)
BDT	: Bağımsız Devletler Topluluğu
ÇHC	: Çin Halk Cumhuriyeti
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DEİK	: Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
ed.	: Edited by (Düzenleyen)
GATT	: General Agreement on Tariffs and Trade(Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması)
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
G.T.İ.P	: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
ISIC-Rev.3	: International Standard Industry Categorization- 3 rd Revision, (Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması-Üçüncü Revizyon)
KİT	: Kamu İktisadi Teşebbüsü
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletme
MFA	: Multi Fiber Agreement (Çok Elyaflılar Anlaşması)
OGT	: Ortak Gümrük Tarifesi
OECD	: Organization for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
RMB	: Renminbi (Çin Parası)

TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TEFE	: Toptan Eşya Fiyat Endeksi
TGSD	: Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
TL	: Türk Lirası
TRIPs	: Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (Ticarete Fikri Mülkiyet Hakları)
TÜFE	: Tüketici Fiyat Endeksi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNCTAD	: United Nations Conference On Trade and Development (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Gelişim Toplantısı)
ÜFE	: Üretici Fiyat Endeksi
YTL	: Yeni Türk Lirası
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı	: Gülden Şencan
Anabilim Dalı	: İşletme
Programı	: Uluslararası İşletmecilik
Tez Danışmanı	: Yrd. Doç. Dr. Mehmet Melemen
Tez Türü ve Tarihi	: Yüksek Lisans – Haziran 2006
Anahtar Kelimeler	: Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı, Çin Halk Cumhuriyeti, Uluslararası Ticaret, Ev Tekstili.

ÖZET

ÇİN HALK CUMHURİYETİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATININ TÜRKİYE’NİN İHRACATINA ETKİLERİ VE BİR SAHA ARAŞTIRMASI (ZORLU LİNEN A.Ş. ÖRNEĞİ)

Türkiye’nin dışa açılım sürecinin başladığı 1980’li yıllardan bu yana ihracatta en önemli sektör olarak tekstil ve konfeksiyon sektörü karşımıza çıkmaktadır. 2005 itibariyle Türkiye genel ihracatının 18,7’sini gerçekleştiren sektörde ihracat, çeşitli uluslararası anlaşmalardan etkilenmektedir. Bu anlaşmaların başında Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT)’na uyum sürecinde gerçekleştirilen Tekstil ve Giyim Anlaşması gelmektedir. Böylece Dünya Ticaret Örgütü’ne üye ülkeler için tekstil ve konfeksiyon ticaretinin liberalleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Uluslararası alanda Türkiye’nin en önemli rakiplerinden biri Çin Halk Cumhuriyeti’dir. Birbirine yakın tarihlerde dışa açılım sürecine giren iki ülkenin rekabeti Çin’in 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütü’ne üye oluşuyla ve kotaların liberalleştirilmesi sürecinin başlamasıyla Çin lehine daha da şiddetlenmiştir.

Bu çalışmayla amaçlanan, her iki ülke ihracatına da etki eden faktörler ele alınarak, Çin’in Türkiye ihracatına etkilerinin incelenmesidir. Çalışmada ülkenin Dünya Ticaret Örgütü üyeliğinin öncesi ve sonrasına ilişkin veriler ayrı ayrı değerlendirilmiş ve böylece elde edilen bulgular göz önüne serilmiştir. İnceleme sonuçları ev tekstil sektöründe faaliyet gösteren Zorlu Linen A.Ş.’de gerçekleştirilen bir saha araştırmasıyla da desteklenmiş ve mikro düzeye indirgenmiştir.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Gülden Şencan
Field : Business Administration
Programme : International Business
Supervisor : Assistant Professor Mehmet Melemen
Degree Awarded and Date : Master – June 2006
Key Words : Textile and Clothing, Export, People Republic of China,
Home Textile.

ABSTRACT

EFFECTS OF PEOPLE REPUBLIC OF CHINA’S TEXTILE AND CLOTHING EXPORTS ON TURKEY’S EXPORTS AND A FIELD RESEARCH (ZORLU LINEN INC. SAMPLE)

Textile and clothing has been the most important sector of Turkey exports, since the open door policy started at 1980’s. Sector exports are of 18,7 per cent of general exports in 2005, and effected from various international agreements. The most important agreement is Agreement of Textile and Clothing which is signed at General Agreement of Tariffs and Trade process. So textile and clothing trade will be liberalised for the member countries of World Trade Organisation.

People Republic of China is one of the most important rivals of Turkey. Competition of two countries has become intensified in favour of China by World Trade Organization membership of this country and quota liberalisation became effective at 2001.

The purpose of this study is to analyse the effects of Chinese exports on Turkish exports by studying on the factors effecting on both of the countries’ exports. Both of the terms as before and after the WTO membership of China are observed separately. The results of the study are also supported, and get reduced to micro level by a field research on Zorlu Linen Inc., that is manufacturing on home textile sector.

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1	:	1980-2005 Yılları İtibariyle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı.....	20
Şekil 2	:	1990-2000 Yılları Çin ve Türkiye'nin Avrupa Birliği Hazır Giyim İthalatındaki Payı (Milyon Dolar).....	83
Şekil 3	:	2001-2003 Yılları Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon İhracatında Türkiye ve Çin'in Payları.....	88
Şekil 4	:	2001-2006 Yılları Ülke Gruplarına Göre İhracat.....	119
Şekil 5	:	2001-2006 Yılları İhracat ve Yurtiçi Satışların Gelişimi.....	121

GİRİŞ

Tekstil ve hazır giyim sektörü, pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için gerek yarattığı katma değer gerekse ihracat imkanları açısından, ekonomik kalkınmada önemli katkısı bulunan sektörlerin başında gelmektedir. Bu durum Türkiye için de geçerlidir. İhracat değeri açısından, Türkiye sanayii ürünleri ihracatının %37,9'unu gerçekleştirmekte olan tekstil ve konfeksiyon sektörü, Türkiye ihracatında ilk sırada yer almaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sektörü pek çok uluslararası anlaşmaya konu olmuştur. Ekonomik kalkınma motoru gibi faaliyet gösteren bu sektörün korunması için son olarak Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) görüşmeleri kapsamında Tekstil ve Giyim Anlaşması (Agreement on Textiles and Clothing - ATC) yürürlüğe konmuş böylece sektörün Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (General Agreement of Tariffs and Trade - GATT) kurallarına uyum süreci başlatılmıştır. ATC Anlaşması uyarınca kotaların 1 Ocak 2005'te kaldırılması ile birlikte Türkiye tekstil ve konfeksiyon sanayii önemli sorunlarla karşı karşıya kalmış bulunmaktadır. Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan bu liberalleşme ortamı tekstil sektörünün üretim kapasitesinin özellikle Asya ülkelerine doğru kaymasına neden olmuştur. Çin de sahip olduğu büyük pazar ve cazip avantajlarıyla bu ülkelerden biridir.

Bu çalışmada tekstil ve konfeksiyon ihracatında Çin Halk Cumhuriyeti(ÇHC)'nin Türkiye ihracatına etkileri incelenecek olup, bu etkiler Çin'in DTÖ Üyeliğinin yürürlüğe girdiği 2001 yılı itibariyle ayrıma tabi tutularak değerlendirilecektir. Nitekim ATC anlaşmasıyla birlikte DTÖ üyesi ülkeler için öngörülen liberalleşme süreci başlamış ve kotalar kademeli olarak kaldırılmıştır. Çin de DTÖ üyeliğinin başlamasıyla birlikte bu durumdan yararlanma imkanı bulmuş ve o tarihe kadar kotalarla baskı altında tutulan pek çok kategoride miktar kısıtlaması olmaksızın ihracat yapabilme imkanına kavuşmuştur. Böylece pazar payını genişleten Çin pek çok ülke için de tehdit unsuru olmaya başlamıştır. Bu durum özellikle Çin'in DTÖ üyeliği öncesinde, en büyük pazarı olan Avrupa Birliği (AB)'ye kotasız ihracat yapabilme imkanına sahip Türkiye için önemli bir tehdit unsuru olmuştur.

1. BÖLÜM

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ VE TÜRKİYE İHRACATI

1.1. Sektörün Tanımı

Tekstil ve konfeksiyon sektörü başta İngiltere olmak üzere pek çok gelişmiş ülkenin sanayi devrimini gerçekleştirmede önemli rol oynamış ve halen gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarında itici güce sahip, stratejik önemi olan bir sektör olma özelliği taşımaktadır.

Tekstil ve konfeksiyon sanayi içerdiği çok çeşitli ürünler nedeniyle farklı yapılarda, çok karmaşık ürünler topluluğuna sahiptir. Elyaf, iplik, dokuma, boya, baskı ve hazır giyim bu sektörün dikey yapısını oluşturur. Hazır giyim endüstrisi, bu dikey bütünlüğün son aşamasını, giysinin tüketicinin ihtiyacı olan en son halinin üretimini sağlar.¹

Genel olarak sektör kendilerine özel ve birbirlerinden farklı yapıları nedeniyle “Tekstil” ve “konfeksiyon” olmak üzere iki alt dala ayrılmaktadır. Çok genel anlamıyla tekstil sektörünün hazır giyimin hammaddesini oluşturduğu söylenebilir. Her ne kadar bu iki sektör bir arada anılsa da bazı açılardan farklılık arz etmekte, bir bütün olarak değerlendirilmeleri yanında ayrı ayrı da değerlendirmeye alınmaları gerekmektedir. Bunun nedeni iki sektörün, üretimlerinde kullanılan teknoloji, sermaye yapısı, dolayısı ile de rekabetsel bazda ihracattaki rolleri açısından birbirinden farklılık göstermekte oluşudur. Tekstil sektörü genelinde daha fazla sermaye yoğun iken, konfeksiyon sektörü daha emek-yoğun bir özellik taşır.² Tekstil sektörü daha gelişmiş teknolojilerin kullanımına elverişli iken, konfeksiyon sektörü emek-yoğun olduğu için gelişmiş teknolojilere çok ihtiyaç duymaz. Kullanılan üretim faktörleri ve yapıları nedeniyle ihracattaki rolleri de farklılık arz etmektedir.

¹ Hülya Yılmaz ve Ruhan Safel, **Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü 2004**, İstanbul: Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O, Sektör Araştırmaları Serisi, No:34, 2004, s.5.

² Hilldengunn Kyvik Nordas, **The Global Textile And Clothing Industry Post The Agreement On Textiles And Clothing**, WTO, Discussion Paper No:5, Switzerland, 2004, p.6-7.

“Tekstil Sanayinin” alt sektörleri İplik, Dokuma ve Örme ile Tekstil Terbiyesi, Halı Sektörü, Keten – Kendir – Jüt sektörlerinden oluşmaktadır. Dokuma ve Örmeden oluşan Konfeksiyon sektörleri de “Hazır Giyim Sanayinin” alt sektörleridir.³

Dokuma ve giyim sektörü; “Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması-Üçüncü Revizyon (International Standard Industry Categorization ISIC-Rev.3)”da, İmalat Sanayi Madde Sınıflaması’na göre⁴;

- 17 : tekstil ürünleri imalatı,
- 171 : tekstil iplikçiliği, dokumacılığı ve aprelenmesi,
- 1711 : tekstil elyafının hazırlanması ve iplik haline getirilmesi,dokumacılığı,
- 1712 : dokumanın aprelenmesi,
- 172 : diğer tekstil ürünleri imalatı,
- 1721 : giyim eşyası dışındaki hazır tekstil ürünleri imalatı,
- 1722 : halı ve kilim imalatı,
- 1723 : halat, ip, sicim ve ağ imalatı,
- 1729 : başka yerde sınıflandırılmamış tekstil ürünleri imalatı,
- 173 : trikotaj (örme) ürünleri imalatı,
- 1730 : trikotaj (örme) ürünleri imalatı,
- 18 : giyim eşyası imalatı,
- 181 : kürk hariç giyim eşyası,
- 1810 : kürk hariç giyim eşyası,
- 181002 : iç giyim eşyası,
- 181003 : dış giyim eşyası ana başlıkları altında;

G.T.İ.P - Gümrük Tarife ve İstatistik Pozisyonları sınıflamasına göre de; dokumaya elverişli maddeler ve bunlardan mamul eşya ana başlığı altında yer alan;

50. fasıl, 51. fasıl, 52. fasıl, 53. fasıl, 54. fasıl, 55. fasıl, 56. fasıl, 57. fasıl, 58. fasıl, 59. fasıl, 60. fasıl, 61. fasıl, 62. fasıl ve 63. fasıllarla genel sınırları çizilmiş olarak tasvir edilmektedir.

³ Sadi Uzunoğlu ve Diğerleri, **Dış Rekabet Baskısındaki Sektörlerde Maliyet Profili**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını, No:2001-43, Kasım 2001, s.61.

1.2. Dünyada Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Genel Bakış

Tekstil ve konfeksiyon sektörü dünya ticaretinde önemli bir paya sahiptir. Bununla birlikte ekonomik kalkınmadaki rolü ve yarattığı katma değer nedeniyle pek çok ülke için lokomotif sektör olma özelliğini korumaktadır. Gelişmiş ülkelerde imalat sanayii üretimi içindeki payı düşse de gelişmekte olan ülkelere artmaya devam etmektedir. Ancak bu gelişmiş ülkelerin sektörden vazgeçtikleri anlamına gelmemektedir. Gelişmiş ülkeler konfeksiyon üretimi için emeğin ucuz olduğu ülkelere yönelirken, daha fazla teknoloji gerektiren tekstil ürünleri üretimini yine ülkelerinde sürdürmektedir. Ayrıca daha gelişmiş teknolojilerle daha ileri sanayi düzeylerine ulaşmak için gerekli sermaye birikimini sağlaması, önemli ölçüde istihdam sağlaması nedenleriyle de pek çok ülke için vazgeçilmez bir sektör olma özelliğini korumaktadır.

Dünya ekonomisinde yaşanan önemli gelişmeler, tekstil ve hazır giyim ticaretini de etkilemektedir. Örneğin 1995-2000 yılların arasında, 1997 yılında Asya krizinden sonra yaşanan ekonomik yavaşlama sektörde ticaret hacminin yavaşlamasına, 2000 yılındaki ekonomik canlanma da ticaret hacminde artışa neden olmuştur.⁵

Dünya tekstil ve hazır giyim ticaretini doğrudan etkileyen önemli faktörler arasında ithalatçı pazarları oluşturan gelişmiş ülkelerin ekonomik büyüme ve canlılık göstergeleri, tüketici eğilimleri ve satın alma gücündeki değişimler, üretici ülkelerin üretim kapasitelerindeki değişiklikler ve büyük ekonomik ve siyasi gelişmeler sayılabilir.

Sektördeki yoğun rekabet korumacılık eğilimlerini de beraberinde getirmiştir. Bu amaçla 1960 ve 1970’li yıllarda miktar kısıtlamaları uygulanmaya başlamıştır. Ancak 2005 yılı itibariyle Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization) Anlaşması gereğince sektördeki kotalar kaldırılacaktır.⁶

⁴ Uğur Önder ve Diğerleri, **Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Araştırması**, Ankara: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2001, s.10.

⁵ Abdurrahman Baş, “Türk Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Analizi ve Global Pazarlama Stratejisi Önerisi”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2005), s.88.

⁶ Peter Drysdale and Ligang Song (Ed), **China's Entry to the WTO: Strategic Issues and Quantitative Assessments**, London: Routledge, 2002, p.175.

1.2.1. Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine İlişkin

Uluslararası Düzenlemeler

Gelişmekte olan ülkelerin sektördeki yoğun ve güçlü rekabeti, gelişmiş ülkeleri çeşitli koruma önlemleri almaya itmiştir. Gelişmiş ülkeler başta tek taraflı ticaret engelleri uygulayarak sektördeki rekabetle başa çıkmaya çalışmışlar, daha sonraları gelişmekte olan ülkeleri ikili anlaşmalar yapmaya mecbur kılmışlardır.

1947 ve 1948’de uluslararası ticaretin serbestleşmesi, dünya çapında adil ve tam rekabet koşullarında ticaret yapılabilmesi amacıyla 50’ye yakın ülke temsilcisinin katılımıyla GATT anlaşması imzalanmıştır. 1947-1993 yılları arasında anlaşma kapsamında sekiz çok taraflı ticaret müzakeresi yapılmış, ve sonuncusu olan Uruguay turu 1993’te tamamlanmıştır.⁷

İlk kez 1960 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Japonya ve diğer gelişmekte olan ülkeleri kapsayan bir uygulamayla pamuklu tekstil ürünleri için kısıtlama getirmiştir. Ardından anlaşma kapsamına sentetik elyaf ve yünlü ürünlerle birlikte yeni ürünler de dahil edilmiştir. 1961 yılında geçici olduğu öne sürülen Kısa Dönem Pamuklu Sözleşmesi 1962 yılında Uzun Dönem Pamuklu Sözleşmesi olarak 1973 yılına dek uzatılmıştır.⁸ 1974’te ise Çok Elyafıllar Düzenlemesi (Multi Fiber Agreement - MFA) yürürlüğe girmiştir. 1977’de anlaşma revize edilmiş ve ithalatçı ile ihracatçının aralarında anlaşma sağlaması halinde anlaşmadan sapmalar olabileceği belirtilmiştir. Ancak 1981’de anlaşma ikinci kez revize edilerek bu hüküm kaldırılmış ve ihracatçı kaynaktan olan ithalata otomatik olarak kısıtlama getirilmesini öngören “eşik değerler” (basket exit thresholds) anlaşmaya dahil edilmiştir.⁹ Bu ikinci revize esnasında ABD’nin tekstil ve konfeksiyon ithalatının %80’i çift taraflı anlaşmalarla yürütülmektedir.¹⁰

⁷ András Inotai and Harald Sander, **World Trade After the Uruguay Round: Prospects and Policy Options for the Twenty First Century**, New York: Routledge, 1996, p.37.

⁸ Henry R. Zheng, **Legal Structure of International Textile Trade**, New York: Quorum Books, 1988, p.5.

⁹ Taner Berksoy, “Uluslararası Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti ve Türkiye’nin Konumu”, **Türk Tekstil ve Hazır giyim Sanayiinin Öncelikleri Semineri Notları**, İstanbul: Altan Yayınları, 1991, s.125.

¹⁰ David Robertsen (ed), **East Asian Trade After the Uruguay Round**, Cambridge: Cambridge University Press, 1997, p.26.

Anlaşmaya 1986'da ipek ve bitkisel elyaflar da eklenmiştir. MFA gereğince sektörde gümrük vergileri azalmış, miktar kısıtlamaları görece kaldırılmış, sektöre giriş kolaylaştırılarak liberalleşmeye katkıda bulunulmuşsa da gelişmekte olan ülkelerin ticaretini sınırlayan bir düzenleme olmuştur. Tüm bu düzenlemelere bakıldığında tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin GATT normları dışında tutulduğunu da vurgulamakta yarar görmekteyim. MFA Anlaşması 4 kez revize edilmiş, sonuncusu 1991'de olmuş ve en son 1994'te sona ermiştir.¹¹

MFA Anlaşması çok yanlı sistemin prensiplerini çeşitli yollarla çiğnemiştir:

- En çok kayırılan ülke prensibini çiğnemiştir.
- Gümrük vergisinden miktar kısıtlamaları yoluna gidilmiştir.
- Gelişmekte olan ülkeler aleyhine ayırım yapılmıştır.
- Şeffaf değildir.

Tekstil ve konfeksiyon ticaretinin GATT'a entegrasyonuna yönelik kurallar Agreement on Textiles and Clothing (Tekstil ve Giyim Anlaşması)'nda yer almaktadır. Diğer taraftan, tekstil ve konfeksiyon ticaretini ATC dışında doğrudan etkileyen başka anlaşmalar da mevcuttur. Bunlar¹²;

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

1.2.1.1. Tekstil ve Giyim Anlaşması

1 Ocak 1995 tarihi, tekstil ve hazır giyimde yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bu tarih itibarıyla, Uruguay Round Müzakereleri sonucu oluşturulan DTÖ

¹¹ Robertsen, a.g.e., s.26.

¹² İTKİB, DTÖ Anlaşmaları, 2005, <http://www.itkib.org.tr/?CID=IHRACAT&urlID=608> , (26 Ağustos 2005), s.1.

Anlaşması çerçevesinde ATC yürürlüğe girmiştir.¹³ Anlaşma 10 yıllık geçiş dönemi içinde kota uygulayan ülkelerin, mevcut miktar kısıtlamalarının kademeli bir biçimde kaldırılmasını öngörmektedir. ATC kademeli geçiş takvimi 1 Ocak 1995'te 1990 yılı ithalatının yüzde 16'sına, 1 Ocak 1998'de yüzde 17'sine, 1 Ocak 2002'de yüzde 18'ine karşılık gelen ürünlerin, geri kalan yüzde 49'unun ise 1 Ocak 2005 tarihi itibarıyla serbestleştirilmesi; genel kota büyüme oranlarının da 1995-1998 yılları arasında yüzde 16, 1998-2002 arasında yüzde 25, 2002-2005 arasında ise yüzde 27 artması öngörülmektedir.¹⁴ Bu süre sonunda miktar ve diğer kısıtlamalar kalkacak ve tarifeler bu alandaki temel dış ticaret politikası aracı olacaktır.

Anılan anlaşma özet olarak¹⁵:

- Tekstil ürünleri ticaretinin GATT'a entegre edilmesi ve entegrasyonun metodolojisi
- Geçiş dönemi koruma önlemlerinin yürürlüğe konulabilmesine ilişkin kurallar
- MFA kapsamı dışındaki kısıtlamaların da GATT'a entegrasyonu
- Gri-alan önlemlerinin bertaraf edilmesi
- Kotaların hangi oranlarda ve hangi önlemler için genişletilerek etkisinin azaltılacağı konularında ayrıntılı hükümler içermektedir.

Anlaşmanın orta ve uzun vadede dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretine muhtemel etkilerine göz atacak olursak zaten gerileme trendinde olan ihracat fiyatlarının rekabetin etkisiyle daha da düşeceği, yeni pazar alanları doğacağı gibi, kimi ülkelerin de mevcut pazarlarını kaybedeceği tehlikesi gündeme gelmektedir.

¹³ Koray Vural, **GATT Normları ve Uluslar arası Bütünleşmeler Açısından Devlet Yardımları**, Ankara: DPT, 1995, s.3.

¹⁴ John Croome, **Reshaping the World Trading System, A History of the Uruguay Round**, Switzerland: WTO, 1995, p.26.

¹⁵ Hüseyin Öztürk, "Dünya Tekstil Ve Konfeksiyon Ürünleri Ticaretine Uygulanan Ticaret Politikası Önlemlerinin Dünyü Bugünü Ve Geleceğinin İrdelenmesi", 1999, <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ocak99/dunya.htm> (25 Ocak 2005), s.1.

Xinshen Diao ve Agapi Somwaru'nun tahminlerine göre Tekstil ve Ticaret anlaşmasını takip eden 25 yıllık dönemde, dünya tekstil ve giyim ticaretinin yıllık büyümesi %5 daha fazla olacaktır.¹⁶

DTÖ Tekstil Bölümü Direktörü Alberto Compeas, tekstil ve hazır giyim sektöründe kotaların etkisinin, kotaların tamamen kaldırılacağı 2005 yılı itibariyle değil, geçiş döneminin başladığı tarih olan ATC anlaşmasının yürürlüğe girdiği tarihten başlayarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir.¹⁷ Nitekim bu çalışmada, DTÖ etkisinin gerek Türkiye gerekse ÇHC tekstil ve konfeksiyon sektörüne etkilerini ve dolayısıyla da ÇHC'nin Türkiye tekstil sektörü ihracatını ne yönde etkilediğini incelerken bu durum da göz önünde bulundurulacaktır.

1.2.1.2. Diğer Ticaret Politikası Araçları

Ticaret politikası araçları kapsamında dampinge karşı önlemler, telafi edici önlemler ve korunma (miktar kısıtlamaları) önlemleri sayılmaktadır.

Dampinge karşı önlemler, dampingle ithalatın; telafi edici önlemler ise sübvansiyonlu (devlet destekli) ithalatın yerli üretim dalları üzerinde oluşturduğu zarar veya zarar tehdidinin ortadan kaldırılması amacıyla uygulamaya konulmaktadır. Miktar kısıtlaması ise ithalat artışlarının yerli sanayi üzerinde oluşturduğu ciddi zarar veya tehdidin ortadan kaldırılması temel prensibine dayalı olarak uygulanmaktadır. Adı geçen ticaret politikası tedbirleri sırasıyla DTÖ Anti-Damping Anlaşması, Sübvansiyonlar Anlaşması ve Korunma Önlemleri Anlaşması Hükümlerine dayanan ulusal mevzuatlar çerçevesinde yürütülen soruşturmalar sonucunda uygulamaya konulabilmektedir.¹⁸

¹⁶ Xinshen Diao and Agapi Somwaru, "Impact Of The MFA Phase-Out On The World Economy: An Intertemporal Global General Equilibrium Analysis", **Trade And Macroeconomics Division Discussion Paper**, No:79, Washington D.C., October 2001, p.18.

¹⁷ Musa Demir, **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü**, İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Dairesi Başkanlığı, 2002, s.2.

¹⁸ Öztürk, a.g.e., s.1.

Ticarette Teknik Engeller Anlaşması, üye ülkelere kamu sağlığı ve güvenliği gerekçeleriyle dış ticarette uygulanmak üzere yürürlüğe koyacakları teknik mevzuatın ticarette gereksiz engelleme yaratmayacak şekilde yapılmasıyla ilgili kuralları içermektedir. Ancak söz konusu teknik düzenlemeler için mevzuatın üye ülkeler nezdinde ayrıcalık yaratmaması ve milli ürünle ithal ürüne yapılacak muamelede farklılık olmaması şartları aranmaktadır.¹⁹

Menşee Anlaşması, geçiş dönemi hükümleri ve geçiş dönemi sonrası hükümleri olmak üzere iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Geçiş dönemi kurallarında, üye ülkelerin menşee kurallarının uyumlulaştırma süreci öncesinde göz önüne alacağı temel ilkeler yer almaktadır.²⁰

Üye ülkeler, DTÖ Anlaşmalarının yürürlükte girdiği 1995 tarihinde uygulamakta oldukları menşee kurallarını, uyumlulaştırma çalışmaları tamamlanana kadar uygulamaya devam edeceklerdir. Ancak bu kuralları, Anlaşmanın yürürlüğe girişinden itibaren 90 gün içinde DTÖ Sekreteryasına bildirmek, ayrıca bu kurallarda değişiklik yapılması durumunda değişikliklerin uygulamaya geçilmeden 60 gün önce DTÖ Sekreteryasına bildirimde bulunmak üye ülkelerin yükümlölüklerindendir.²¹

Anti-Damping ve Sübvansiyon Soruşturmaları dünyada tekstil ticaretine karşı kullanılan en önemli koruma önlemlerinden biridir. GATT 94'ün VI. Maddesinin Uygulanmasına Dair Anlaşma (Anti-Damping Önlemleri Prosedürü), bir malın normal değerinin altında ihraç edilmesi nedeniyle ihraç edildiği ülkede oluşan zararın tanımlanması ve zararın telafisi ile ilgili prosedürü kapsamaktadır.²²

¹⁹ Önder, a.g.e., s.85.

²⁰ Bernard M. Hoekman and Michel M. Kostecki, **The Political Economy of the World Trading System: From GATT to WTO**, Oxford : Oxford University Press, 1995, p.102.

²¹ Önder, a.g.e., s.85.

²² Önder, a.g.e., s.86.

Bir malın fiyatının normalden düşük veya diğer bir ifade ile dumpingli olması iki kriterle bağlanmıştır.²³

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

Diğer taraftan anlaşmada, dumpingli mal ihracatına karşı önlem alınabilmesi için, yöneldiği ülkede maddi bir zarara yol açması ve bu zararlarla dumpingli ihracat arasında sebep-sonuç ilişkisinin bulunması gerektiği yer almaktadır. Maddi zarar tanımlayacak unsurlar da anlaşmada belirtilmiştir.²⁴

Maddi zararın varlığının kanıtlanması ve söz konusu maddi zararlarla dumpingli olduğu iddia edilen ihracat arasında sebep sonuç ilişkisinin kanıtlanması için, Anlaşmada formal bir inceleme prosedürü tanımlanmıştır.

Sübvansiyon anlaşması Devlet tarafından firmalara sağlanan finansal avantajlarla ilgilidir. Anlaşmada sübvansiyonun varlığından söz edilebilmesi için²⁵;

- Finansal bir avantaj sağlanması,
- Bir kamu kuruluşu tarafından yapılması
- Ve ticari bir menfaat söz konusu olması gerekmektedir.

Anlaşmada kırmızı sübvansiyonlar (yasak sübvansiyonlar), yeşil sübvansiyonlar (dava edilemez sübvansiyonlar) ve sarı sübvansiyonlar (dava edilebilir sübvansiyonlar) yer almaktadır. Yasaklanmış sübvansiyonlar ihracat performansına dayalı olarak verilen sübvansiyonlar ile ithal mallar yerine milli malların kullanımını teşvik eden sübvansiyonlardır. İzin verilebilir (dava edilemez) sübvansiyonlar ise bir

²³ Önder, a.g.e., s.86.

²⁴ John H. Jackson and Alan O. Sykes, **Implementing the Uruguay Round**, Oxford: Oxford University Press, 1997, p.13-15.

²⁵ İTKİB, “DTÖ Anlaşmaları”, <http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisIliskiler/DunyaTicaretOrgutuAnlasmalari.htm> , (11 Nisan 2005), s.1.

sanayi dalı ile ilgili araştırma maliyetlerinin % 75'e kadarını, rekabet öncesi geliştirme faaliyetlerinin ise % 50'sine kadarını kapsayan sübvansiyonlardır.²⁶

Fikri Mülkiyet Hakları, Dünya Fikri Mülkiyet Organizasyonunca desteklenen anlaşmalar ve uluslar arası düzenlemelere konu olmuştur. Ancak yaptırımlarının çok zayıf olması nedeniyle gelişmiş ülkeler yaptırımların ağırlaştırılması ve standartların artırılması amacıyla Uruguay Round görüşmeleri esnasında bu konuyu da gündeme getirmişlerdir. Uruguay görüşmelerinin ardından konuya ilişkin Ticarete Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (Trade Related Aspects Of Intellectual Property Rights – TRIPs) imzalanmıştır.²⁷

TRIPs Anlaşması belirtilen kural ve disiplinleri içermektedir.²⁸

- GATT 1994'ün temel prensiplerinin ve ilişkili uluslar arası fikri anlaşma yada uzlaşmaların uygulanabilirliği
- Ticarete fikri mülkiyet haklarının elverişlilik ve kullanılabilirliğine ilişkin standartlar
- Ticarete fikri mülkiyet haklarının yaptırımı için etkin ve elverişli yöntemler, ulusal yasal sistemlere yerleştirilmesi
- Hükümetler arası anlaşmazlıkların çok taraflı olarak önlenmesi ve uzlaşmaya bağlanması için etkin ve hızlı prosedürler oluşturulması.

Görüşme sonuçlarına tam katılımı hedefleyen geçiş düzenlemeleri. Fikri mülkiyet hakları, telif hakları (kitap yazarları ve diğer sanatsal çalışmaların yaratıcılarının haklarını) ve patentleri (icat yapan kişilerin haklarını) ve sanayi tasarımını (ornamental dizaynlara ilişkin hakları) içermektedir. Söz konusu haklar, ticari

²⁶ İTKİB, "DTÖ Anlaşmaları", a.g.e., s.1.

²⁷ Constantine Michalopoulos, **Developing Countries in the WTO**, New York: Palgrave, 2001, p.129-130.

²⁸ Duncan Matthews, **Globalising Intellectual Property Rights: The Trips Agreement**, London: Routledge, 2002, p.140.

marka ve ticaret yapan kişilerin kendi ürünlerini diğerlerinden ayırmak için kullandıkları diğer sembolleri de kapsamaktadır.²⁹

Bunların yanı sıra çevreye ve insan sağlığına uygun üretim, nihai ürünün insan sağlığına uygunluğu ve çocuk işçi istihdamına ilişkin uygulamalar gelişmiş ülkelerin kotaların kaldırılmasının ardından uygulamaya geçireceği koruma önlemleri arasında sayılabilir.³⁰

1.2.2. Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Tüketimi ve Başlıca İthalatçı Ülkeler

Tekstil ve konfeksiyonda önde gelen tekstil pazarları AB ve ABD arasındaki en dikkat çekici özellik, bu iki bölgenin nüfus, Gayrı Safi Milli Hasıla (GSMH) ve satın alma gücü itibarıyla benzer özellikler taşımalarıdır. Bu iki bölge tekstil ihracatçısı ülkeler, özellikle de Asya ülkeleri için en önemli piyasaları teşkil etmektedirler.³¹

1995'ten 2002'ye değin ATC ülkelerinin (Kanada, AB ve ABD) dünya tekstil ithalatındaki payları %35'ten %43'e yükselmiştir (AB içi ticaret hariç). AB ülkeleri ve Kanada'nın payları sırasıyla %19 ve % 2,7 civarında sabit kalırken, artış aslında ABD tarafından gerçekleştirilen ithalattan kaynaklanmıştır. Konfeksiyona bakılırsa da anılan dönemde ATC ülkeleri ithalatının %62'den %67'ye yükseldiği gözlenmektedir. Kanada'nın payı bu dönemdeki yükselişine rağmen ancak %2 düzeyinde gerçekleşebilmiş, AB payı %32'den %30'a düşmüş, buna karşın ABD payı %30'dan %35 düzeyine çıkmıştır.³²

Tablo 1'de dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretindeki değişimler her iki sektör için ayrı ayrı verilmiştir. Görüldüğü üzere dünya konfeksiyon ticareti, tekstile nazaran daha yüksek artış göstermiştir. Gerek dünya mal ticareti gerekse imalat sanayi

²⁹ İktisadi Kalkınma Vakfı, "AB Kavramlar Sözlüğü", 2005, <http://www.ikv.org.tr/sozluk2.php?ID=1136> (22 Ekim 2005), s.1.

³⁰ A.Yavuz Ege, "Günümüzde ve Gelecekte Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti ve İzlenebilecek Yeni Politikalar", **Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinde Yeniden Yapılanma ve Endüstri İlişkilerinde Dönüşüm Semineri**, Antalya, 22-27 Mayıs 1999, s.54.

³¹ K.F. Au and N.Y. Chan, "The World Textile and Clothing Trade: Globalization Versus Regionalization", **The Seventh International Conference on Global Business and Economic Development**, Bangkok, January 8-11, 2003, p.1107

³² Nordas, a.g.e., p.16

ihracatındaki payları kıyaslanırsa da 2004 yılında konfeksiyonun payının tekstile nazaran daha yüksek oranda gerçekleştiği gözlenmektedir. Tekstil ticareti 2004 yılında 195 milyar dolar olarak gerçekleşmişken, konfeksiyon ticareti 258 milyar dolar düzeyinde olmuştur.

Yıllık değişimlere bakıldığında 1985-1990 yılları arasında gerek tekstil, gerekse konfeksiyonda diğer dönemlere nazaran daha yüksek artışlar gözlemlendiği aşikardır. Ancak her iki sektörde de bir diğer önemli artış 2003 yılında yaşanmıştır. Tekstilde %12, konfeksiyonda da %15 gibi oldukça yüksek oranlarda artış tespit edilmiştir. Tekstilin dünya mal ticaretindeki yeri %2,2 iken konfeksiyonun %2,9 ve imalat sanayii içindeki yerleri sırasıyla %3 ve %3,9 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1 : 2004 Yılı Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticareti

	Tekstil	Konfeksiyon
Değer (Milyar Dolar)	195	258
Yıllık Yüzde Değişim		
1980-85	-1	4
1985-90	15	18
1990-95	8	8
1995-00	0	5
2000-04	6	7
2002	5	5
2003	12	15
2004	13	11
Dünya Mal Ticaretindeki Yeri	2,2	2,9
Dünya İmalat Sanayi İhracatındaki Yeri	3,0	3,9

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, www.wto.org , 21 Mayıs 2006

Tablo 2’de 2004 yılı için önde gelen tekstil ithalatçıları ve dünyadaki payları yer almaktadır. Görüldüğü üzere tekstilde başlıca pazarlar ABD, AB ve Çin’dir olmakla birlikte en önemli pazar payı AB (25) ülkelerine aittir. 2000 yılından bu yana AB ithalatının dünyadaki payı ortalama %5 oranında artmış, ancak AB dışından ithalat artışı %7 düzeyinde olmuştur. Aynı dönemde ABD ithalatı payında da %7 artış gerçekleşmiş, ÇHC ithalatı ise %5 oranında yükselmiştir. İthalat değerlerine bakıldığında AB 67,97

milyar dolarla ilk sırada yer almakta, birlik dışı ithalatında da 20,99 milyar dolarla bu yerini korumaktadır. AB'yi 20,66 milyar dolarla ABD takip etmekte, onun ardından da 15,30 milyar dolarla Çin gelmektedir.

AB'nin ithalattaki payı 2000 yılında %33,8 iken, 2004'te %33'e düşmüş, buna karşın ABD ve Çin paylarında 1980'den bu yana sürekli bir artış olduğu tespit edilmiştir. Pazar payı gerçekleştirmeleri 2004 yılında ABD için %10, Çin için ise % 7,4 olmuştur.

Tablo 2: 2004 Yılı Önde Gelen Tekstil İthalatçısı Ülkeler

	Değer (Milyar Dolar)	Dünyadaki Payı %							
		İthalat				Yıllık % Değişim			
İthalatçılar	2004	1980	1990	2000	2004	2000-04	2002	2003	2004
AB (25)	67,97	-	-	33,8	33,0	5	2	14	9
<i>AB (25) dışından Gerçekleştirilen ithalat</i>	20,99	-	-	9,9	10,2	7	0	15	14
ABD	20,66	4,5	6,2	9,8	10,0	7	10	8	13
Çin a, b	15,30	1,9	4,9	7,8	7,4	5	4	9	8
Hong Kong, Çin	14,11	-	-	-	-	1	-1	7	9
Meksika a, d, e	5,79	0,2	0,9	3,6	2,8	0	3	-2	6
Japonya	5,60	2,9	3,8	3,0	2,7	3	-5	11	11
Türkiye	4,17	0,1	0,5	1,3	2,0	18	48	21	21
Kanada e	4,11	2,3	2,2	2,5	2,0	0	0	1	7
Kore Cumhuriyeti	3,38	0,7	1,8	2,1	1,6	0	6	-3	8
Vietnam d	3,35	...	...	0,8	1,6	25	60	35	20
Romanya	3,33	...	0,1	1,0	1,6	18	18	21	16
Birleşik Arap Emirlikleri c	2,15	0,8	0,9	1,3	1,2	...	9	6	...
Rusya Federasyonu d	2,10	-	-	0,8	1,0	14	3	24	14
Avustralya e	1,83	2,0	1,3	1,0	0,9	3	13	13	10
Tayland d	1,81	0,3	0,8	1,0	0,9	3	3	3	11
Yukarıdaki 15 Toplamı	142,06	-	-	70,7	69,1	-	-	-	-

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, www.wto.org, 21 Mayıs 2006.

a İşlem bölgelerindeki önemli yüklemeleri içerir.

b 2004'te, Çin bu ülkeden yapılan tekstil ithalatının yaklaşık 2 milyar dolar olduğunu rapor etmiştir.

c 2004 yerine 2003.

d Sekreterlik tahminlerini içerir.

e İthalatlar f.o.b. İle değerlendirilmiştir.

Tablo 3'te 2004 yılı konfeksiyon piyasasına ait veriler yer almaktadır. Yine Tablo 3'te görüldüğü üzere konfeksiyondaki başlıca pazarlar AB, ABD ve Japonya'dır. Tekstilde olduğu gibi konfeksiyonda da en önemli pazar payı AB (25) ülkelerine aittir. AB ithalatının dünyadaki payı 2000 yılından bu yana ortalama %10 oranında artmış, AB dışından ithalat artışı ise %11 düzeyinde olmuştur. Aynı dönemde ABD ithalatında %3, Japonya ithalatında ise %2 oranında artış olduğu görülmektedir.

AB pazar payı 2000 yılında %39,9 iken, 2004'te %45'e çıkmış, buna karşın ABD ve Japonya paylarında düşüş gözlenmiştir. Pazar payı gerçekleştirmeleri de 2004 yılında ABD için %28, Japonya için ise % 8 olmuştur.

Tablo 3: 2004 Yılı Önde Gelen Konfeksiyon İthalatçısı Ülkeler

	Değer (Milyar Dolar)	Dünyadaki Payı %							
		İthalat				Yıllık % Değişim			
	2004	1980	1990	2000	2004	2000-04	2002	2003	2004
AB (25)	121,66	-	-	39,9	45,0	10	7	19	14
<i>AB (25) dışından Gerçekleştirilen ithalat</i>	65,86	-	-	20,9	24,4	11	7	20	15
ABD	75,73	16,4	24,0	32,4	28,0	3	1	7	6
Japonya	21,69	3,6	7,8	9,5	8,0	2	-8	11	11
Hong Kong, Çin	17,13	-	-	-	-	2	-2	2	7
Rusya Federasyonu b	5,46	-	-	1,3	2,0	19	27	25	13
Kanada d	5,22	1,7	2,1	1,8	1,9	9	2	12	16
İsviçre	4,34	3,4	3,1	1,5	1,6	8	7	15	9
Kore Cumhuriyeti	2,75	0,0	0,1	0,6	1,0	20	38	13	8
Avustralia d	2,67	0,8	0,6	0,9	1,0	9	11	20	22
Meksika a, b, d	2,58	0,3	0,5	1,7	1,0	-8	-5	-9	-15
Singapur	2,06	0,3	0,8	0,9	0,8	2	7	8	6
Birleşik Arap Emirlikleri b, c	2,05	0,6	0,5	0,7	0,8	...	15	15	...
Norveç	1,67	1,7	1,1	0,6	0,6	7	10	13	8
Çin a	1,54	0,1	0,0	0,6	0,6	7	6	5	8
Suudi Arabistan c	1,03	1,6	0,7	0,4	0,4	...	6	13	...
İlk 15	250,61	-	-	93,7	93,0	-	-	-	-

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, www.wto.org , 21 Mayıs 2006.

a İşlem bölgelerindeki önemli yüklemeleri içerir.

b Sekreterlik tahminlerini içerir.

c 2004 yerine 2003.

d İthalatlar f.o.b. olarak değerlendirilmiştir.

1.3. Tarihsel Süreçte Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı

Tekstil ve konfeksiyon sektörü üretim ve istihdama katkısı bir yana, dış ticaret bağlamında da Türkiye için lokomotif sektör olma özelliğini yıllardır korumaktadır. Nitekim Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM)'nin yayınladığı verilere göre 2004 yılında Türkiye'nin genel ihracatında tekstil sektörünün payı %10,2; konfeksiyon sektörünün payı %17,8 düzeyindedir. Buna karşılık genel ithalatında tekstil ürünlerinin payı %4,3 konfeksiyon ürünlerinin payı %0,7'dır. Yine DTM istatistiklerine göre 2004 yılı tekstil ve hazır giyim ihracatının ithalatını karşılama oranının %366 olduğu yani sektörel bazda net bir ihracat fazlası olduğu gözlenmektedir. Türkiye genel ithalatı karşılama oranı ise 2004 yılı itibarıyla %65 olarak gerçekleşmiştir.³³ Bu oranın Türkiye genel ihracatının ithalatı karşılama oranına nazaran hayli yüksek oluşu Türkiye dış ticareti açısından sektörün önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir.

DTÖ'nün dünya dış ticaretinin liberalleştirilmesi amacıyla yürürlüğe koyduğu anlaşma uyarınca kotaların kaldırıldığı 2005 yılında ise DİE verilerine göre 18,6 milyar Dolar değerinde tekstil ve konfeksiyon ihracatı kayda alınmış ve bir önceki yıla kıyasla %7,5 oranında artış hesaplanmıştır.³⁴

Sektörün Türkiye genel ihracatındaki yerine bakıldığında, sektörün ihracat artışının genel ihracat artışındaki ivmenin gerisinde olduğu görülmektedir. Tablo 4'ten de anlaşılacağı üzere sektör ihracatının genel ihracat içindeki payı giderek düşmektedir. 1996 yılında sektörün payı ülkenin toplam ihracatının %37,9'u iken 2005'e gelindiğinde bu oran %25,8'e düşmüştür. Düşüşün özellikle konfeksiyon ihracatının payındaki düşüşten kaynaklandığı gözlenmektedir. Zira 1996'dan bu yana tekstil sektörünün Türkiye ihracatındaki payında %2'lik bir düşüş kaydedilirken konfeksiyonda bu düşüş %10'u bulmuştur. Ancak toplam ihracattaki payındaki bu önemli düşümlere rağmen tekstil ve konfeksiyon sektörünün halen Türkiye toplam ihracatında ilk sıradaki yerini korumakta olduğunu belirtmek gereklidir.

³³ DİE, **Türkiye İstatistik Yılı 2004**, TC Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara, 2005, s.275.

³⁴ DİE, Dış Ticaret İstatistikleri, 2006,

http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/DISTICIST/k_280206.xls (28 Şubat 2006), s.1.

Tablo 4 : 1996-2005 Yılları Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Genel İhracat İçindeki Yeri (Milyon Dolar)

	Tekstil (1)	(1)/(4) % Pay	Hazır Giyim (2)	(2)/(4) % Pay	Tekstil + Hazır Giyim (3)	(3)/(4) % Pay	Genel İhracat (4)
1996	2.724	11,7	6.076	26,2	8.800	37,9	23.224
1997	3.352	12,8	6.697	25,5	10.049	38,3	26.261
1998	3.557	13,2	7.074	26,2	10.631	39,4	26.974
1999	3.478	13,1	6.516	24,5	9.994	37,6	26.587
2000	3.706	13,3	6.586	23,7	10.292	37,1	27.775
2001	3.943	12,6	6.661	21,3	10.604	33,8	31.334
2002	4.268	11,8	8.094	22,4	12.362	34,3	36.059
2003	5.262	11,1	9.962	21,1	15.223	32,2	47.253
2004	6.428	10,2	11.193	17,7	17.622	28,0	63.167
2005	7.068	9,6	11.827	16,1	18.895	25,8	73.275

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı İstatistikleri, www.dtm.gov.tr , 3 Nisan 2006

Hazır giyim ve tekstil her zaman Türkiye için önde gelen sektörlerden biri olmuştur. Sektör etkinlikleri endüstriyel düzeyde Osmanlı'ya dayanmaktadır. Bu dönemde en yüksek istihdam, üretim ve kar tekstil ve ilintili alanlardan elde edilmektedir.³⁵

Sektörün Türkiye ekonomisindeki yeri o dönemden bugünlere taşınmış, yaşanan önemli gelişmeler ve imzalanan anlaşmaların da etkisiyle ihracatta ilk sıradaki yerini almıştır. Aynı zamanda özellikle AB pazarında önemli sektördeki önemli tedarikçilerden biri haline gelen Türkiye'nin bugünkü konumuna ulaşınca kadar nasıl bir süreçten geçtiği önemlidir. Bu bölümde kısaca bu gelişmelere yer verilecektir.

1.3.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Tarihsel Gelişimi

1923-1931 yılları arasında Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü Türkiye'nin en büyük üçüncü sektörü konumundadır. 1931-1945 yılları arasında tekstil ürünleri %80

³⁵ Emine Ercan, "Changing World Trade Conditions Force the Turkish Textile And Apparel Industry to Create New Strategies", **Journal Of Textile Apparel, Technology and Management**, Vol.2, Issue IV, Fall 2002, p.1.

oranında iç talebi karşılamış, 1950-1954 döneminde tarım ürünleri ve pamuk üretimi artmıştır.³⁶

Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe üretim, 1950'lere değin, devlet eliyle ve pamuğa dayalı olarak sürdürülmüş, 1950'li yıllarda sentetik elyaf üretimine geçilmiştir. Özel teşebbüs, sektöre ilk adımını 1960'lı yıllarda, pamuk ipliği üretimiyle atmış, 1970'lere gelindiğinde ise sentetik iplik üretimine de başlamıştır. Türkiye, Cumhuriyetin ilk 30 yılında sadece elyaf ihraç ederken, 1950'lerden itibaren tekstil ürünleri ve 1970'lerde giyim eşyası ihracatına başlamıştır.³⁷

1980 yılı ise Türkiye ekonomisi için olduğu kadar Türkiye dış ticareti, dolayısıyla da tekstil ihracatı için bir dönüm noktası olmuştur. 24 Ocak kararları olarak bilinen, ülke ekonomisinin liberalleşmesine, dünya ekonomisiyle bütünleşmesine yönelik kapsamlı bir paket uygulamaya konulmuştur. Böylece ithal ikameci kalkınma modeli terk edilerek "İhracata Dayalı Kalkınma Modeli" benimsenmiştir. İhracata dayalı kalkınma modeli çerçevesinde gerçekleştirilen önemli politika değişiklikleri şu şekilde özetlenebilir³⁸:

- Devalüasyon sonucu Türk Lirası(TL)'nin değeri ABD Doları karşısında %49 oranında düşürülmüş,sabit kur sisteminden günlük olarak ayarlanan kur sistemine geçilmiştir.
- Ulaşım,haberleşme ve diğer altyapı yatırımlarına hız kazandırılmış, ayrıca ihracatla ilgili bürokratik engeller büyük ölçüde azaltılmıştır.
- İhracat rejiminde yapılan değişiklik ve düzenlemelerle, tescil, lisans ve ruhsat uygulamaları yürürlükten kaldırılmış, ihracat serbestisi prensibi getirilmiştir.
- 1984 tarihinde çıkarılan Türk Parasının Kıymetini Koruma Hakkında 30 Sayılı Kararla her türlü dövizin ithali serbest bırakılmıştır.1990 yılında ise kambiyo

³⁶ Yılmaz, s.13.

³⁷ Fatma Sebla Aşkın, "Tekstil sektörü ve Finansal Yapının İncelenmesi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2000), İstanbul, 2000, s.2.

³⁸ Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, **2001 Yılı Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayi Değerlendirme Raporu**, İstanbul, Ocak 2002, s.6.

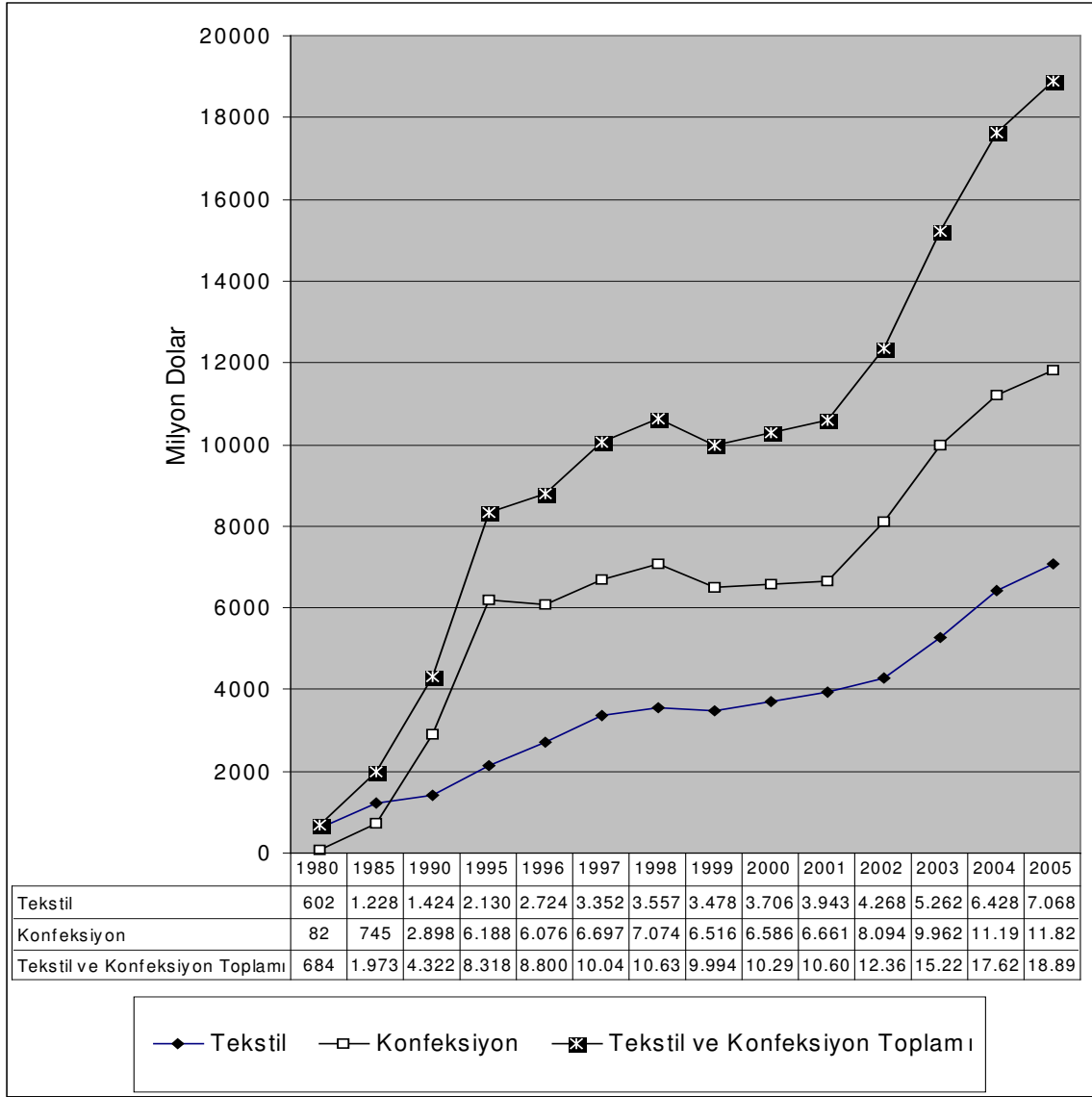
rejimi daha da liberalleştirilerek TL'nin konvertibilite özellikleri güçlendirilmiş, 32 Sayılı Kararda yapılan değişiklikle TL ile ihracat ve ithalat serbest bırakılmıştır.

- Yatırım ve ihracat teşviklerinin uygulaması tek bir elde toplanmıştır.
- Dış Ticaret Sermaye Şirketleri teşvik edilmiştir.
- İhracatı arttırmak için parasal teşvikler, muafiyetler ve istisnaları içeren destek mekanizmaları uygulanmıştır.
- İhracatın kredi ve sigorta yoluyla teşviki amacıyla 1987 yılında Türk Eximbank kurulmuştur.

Şekil 1'de 1980 sonrası Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatına ilişkin veriler yer almaktadır. Görüldüğü üzere 1980 yılından bu yana tekstil ve konfeksiyon ihracatı oldukça yüksek bir oranda artış göstermiş, sektör ihracatında katma değeri daha düşük olan hammadde aramalı niteliğindeki tekstil ürünlerinden, emek yoğun, katma değeri de nispeten daha yüksek olan konfeksiyon ürünleri ihracatına yönelinmiştir. 1980 yılında sektör ihracatının %88'ini tekstil ürünleri oluşturmaktayken, 2005 yılında bu oran %37'ye düşmüştür.

Yine Şekil 1'deki grafik tablosunda görüleceği gibi, 1980 yılında Türkiye tekstil ihracatı 600 milyon ABD Doları civarında iken, konfeksiyon ihracatı 80 milyon ABD Doları ve sektörün toplam ihracat değeri 700 milyon ABD Doları civarında gerçekleşmiştir. Yılda ortalama %20 oranında artarak 1990'da sektör ihracatı 4,3 milyar ABD Dolarına yükselmiştir. Ancak 1990-2000 döneminde artış hızı yavaşlamış ve yılda ortalama %15 oranında artarak 2000 yılında toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatı 10,3 milyar ABD Dolarına yükselmiştir. 2000-2005 yılları arasındaysa sektör ihracat artış hızı yıllık ortalama %13 olmuş, ancak yıllar itibariyle ihracatta dalgalanmalar gözlenmiştir.

Şekil 1. 1980-2005 Yılları İtibariyle Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı



Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr , 8 Mart 2006

1994 yılında yaşanan ekonomik krizin ardından 5 Nisan kararları uygulanmaya konulmuş, yüksek oranlı devalüasyon ve uygulanan ekonomi politikalarının olumlu etkisiyle 1994-1995 yıllarında Türkiye'nin sektördeki ihracatında sırasıyla %18 ve %19,5 oranlarında artış kaydedilmiştir. Ayrıca 1990'lı yıllar Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatını önemli ölçüde etkileyen iki gelişmeye de sahne olmuştur. Bunlardan ilki GATT sürecinin tamamlanması ile 1995 yılındaki DTÖ üyeliği, diğeri ise 1.1.1996 itibariyle girilen Gümrük Birliğidir. Bu gelişmeler sonucu hazırlanan "İhracatta Devlet Yardımları" programları Haziran 1995 tarihi itibariyle yürürlüğe

konulmuş, 1.1.1996'da da AB gümrük kodlarıyla uyumlu Dahilde İşleme Rejimi yürürlüğe girmiştir.³⁹

1997 yılında meydana gelen Asya Krizi Türkiye tekstil sektörünü de olumsuz etkilemiş, özellikle dumpingli fiyatların oluşumuna yol açmıştır. 1998 yılındaki Rusya krizinden de etkilenen sektör tüm bu gelişmelere rağmen ihracattaki gelişmesini sürdürmüş, aynı zamanda tarımın ardından Türkiye'de en yüksek oranlı istihdam kaynağı olmuştur.⁴⁰

2000 ve 2001 yıllarında gerçekleşen, likidite ve finansal krizlerin ardından Türkiye ekonomisindeki yavaşlamayla birlikte tekstil ve konfeksiyon sektörü ihracat artış hızında da düşüşler yaşanmıştır. İhracat rakamları 2000 yılında yalnız %2,9 ve 2001 yılında yalnız %3 oranında artış göstermiştir. 2002'de ihracat artış hızı %17'ye çıkmış, 2003 yılında ise %24'lük rekor bir artışla 15,1 milyar ABD Doları seviyesine yükselmiştir.

2004 yılı Ocak ayında sürdürülebilir ihracat artışını sağlayacak ihracat yapısını oluşturmak amacıyla hazırlanan İhracat Stratejik Planı yürürlüğe konulmuştur. Planın uygulama, izleme ve değerlendirme süreci çerçevesinde 5 stratejik amaç için 20 çalışma grubu oluşturulmuştur. Gruplar bünyesinde 600'ü aşkın kamu/özel sektör temsilcisinin katılımıyla sürdürülen çalışmaların 2006 yılı sonuna dek devam etmesi öngörülmektedir.⁴¹ Böylece, ihracata yönelik tüm faaliyetlerin ortak mutabakatla belirlenerek etkinliğin artırılması amaçlanmaktadır.

1.3.2. Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği ve Türk Tekstil ve Konfeksiyon İhracatına Etkileri

DTÖ Anlaşmalarının temeli 1947-1948'de Havana'da toplanan 50 kadar ülkenin geçici olarak oluşturduğu GATT Anlaşmasına dayanmaktadır. Başlangıçta geçici olarak kurulsaydı da daha sonra sürekli bir kuruluş haline gelmiştir. Türkiye

³⁹ Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, a.g.e., s.8.

⁴⁰ Hanife Lale Özel, "Türkiye'nin Suriye, Mısır, Ürdün, İsrail ile Ticari İlişkiler Çerçevesinde Tekstil İhracatı", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi OAE, 2005), s.2.

⁴¹ İpar Buğra, "Türkiye İhracatının Gelişimi", 9 Eylül 2005, <http://www.dtm.gov.tr/IHR/genel/genel.htm> (10 Aralık 2005), s.1.

GATT'a 28.9.1950-21.4.1951 tarihleri arasında Torquay'da yapılan ikinci tarife müzakerelerinde üye olmuştur.⁴²

DTÖ'yü kuran Marakeş Anlaşması, üye ülkelerin hükümetleri tarafından 15 Nisan 1994 tarihinde Fas'ın Marakeş şehrinde yapılan Bakanlar Konferansı sonunda imzalanmış ve Uruguay Turu Nihai Senedi kabul edilmiştir. Bunu takiben, DTÖ 1 Ocak 1995 tarihinde fiilen çalışmaya başlamış ve Uruguay Round Anlaşmaları yürürlüğe girmiştir. Türkiye tarafından da kabul edilen Nihai Senet çerçevesinde imzalanan ve DTÖ'yü kuran Marakeş Anlaşması, Türkiye Büyük Millet Meclisinde 31.12.1994'den itibaren geçerli olmak üzere 25 Şubat 1995 tarihinde onaylanmış ve Türkiye'nin DTÖ'ye üyeliği 26 Mart 1995 tarihinde başlamıştır.⁴³

GATT içerdiği kurallar itibariyle karışık gibi görünse de temelde dört ilkeye dayanmaktadır. Bu dört temel ilke; gümrük vergilerinin indirilerek konsolide edilmesi, en çok kayırlan ülke kaydı, uygulamada şeffaflığın sağlanması ve ulusal düzeyde ayrımcılık yapma yasağı olarak özetlenebilir.

Her ne kadar GATT içerdiği kurallar itibariyle ticaretin serbestleştirilmesini öngörmüş olsa da, bu serbestleşmenin Türkiye'nin lehine olmayacağı söylenebilir. Zaten AB pazarında kotasız ticaret yapan Türkiye için yalnız ABD pazarı serbestleşmiş olacaktır. Türkiye AB pazarındaki bu ayrıcalıklı konumunu kaybederken, ABD pazarında da coğrafi uzaklık ve daha düşük maliyetli Uzakdoğu ürünlerine nazaran yüksek fiyatlarıyla rekabette zorlanacaktır. Nitekim kotaların kaldırılmaya başlandığı kategorilerde rekabet ciddi bir oranda hissedilmektedir. Fakat konuya ilişkin ayrıntılı gözlemlere ilerleyen bölümlerde değinilecektir. Amerikan Tekstil İmalatçıları Enstitüsü tarafından hazırlanan "Dünya Tekstil ve Giyim Ticareti Üzerinde Çin Tehdidi" başlıklı raporda da, kotaların kaldırılmasıyla Türkiye'nin kaybının 1.316 milyon ABD Doları olacağı tahmin edilmektedir.⁴⁴

⁴² Şener Büyüктаşkın, **Uluslararası Ticarete GATT Düzeni**, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını, No:17, Ankara, 1983, s.155-156.

⁴³ Dilip K. Das, **Global Trading System at the Crossroads: A Post-Seattle Perspective**, London: Routledge, 2001, p. 31.

⁴⁴ Nisfet Uzay, "Değişen Dünya Koşullarında Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Geleceği", **İktisat, İşletme ve Finans**, s.229, Mart 2005, s.64.

1.3.3. Gümrük Birliği Üyeliği ve Türkiye Tekstil İhracatına Etkileri

Temmuz 1959'da, Türkiye, AB'ye o zamanki adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu(AET)'ye ortaklık talebinde bulunmuştur. Bu talep doğrultusunda, taraflar arasında 4 yıl süren görüşmeler sonucunda, 1963 yılında imzalanan ve 1 Aralık 1964 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin de muvafakati ile yürürlüğe giren Ankara Anlaşması ile Türkiye, Avrupa Ekonomik Topluluğu ile ortaklık ilişkisini tesis etmiştir.⁴⁵

23 Kasım 1970'de "Katma Protokol" imzalanmış ve bu anlaşma ile geçiş dönemi fiilen başlamıştır. Ancak, geçiş döneminin hukuken başlaması, Katma Protokolün 1 Ocak 1973 tarihinde yürürlüğe girmesiyle olmuştur. Geçiş döneminin amacı tarafların karşılıklı ve dengeli yükümlülükler esası üzerinden gümrük birliğinin, gelişen bir şekilde yerleşmesini sağlamak ve Türkiye'nin ekonomi politikalarını Topluluğun ekonomi politikalarına yaklaştırmaktır.⁴⁶ Bu dönemin en fazla 12 yıllık bir süreyi kapsamayı öngörülmüştür.

1 Ocak 1996 tarihinde de Gümrük Birliği yürürlüğe konulmuş, böylece taraflar arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamaya başlamıştır. 2000 yılına değin, geçiş süreci içinde kısıtlı sayıda ürüne OGT hadlerinden daha yüksek gümrük vergileri uygulansa da 2000 yılı başında bu durum sona ermiş, tüm sanayi ürünleri bakımından OGT uygulanmasına başlanmıştır.⁴⁷

Gümrük Birliği sonrası Türkiye ihracatında önemli bir artış beklentisi, 1995 yılından başlayarak, tekstil ve hazır giyim sektöründe yatırımlara hız verilmesine yol açmıştır. 1995-1997 yılları arasında Türkiye sektöre en fazla yatırım yapan ülkeler arasında yer almıştır. Bu yatırımlar sonucu sektörde arz talebin çok üstünde

⁴⁵ Debbie Lovatt, **Turkey since 1970: Politics, Economics and Society**, New York: Palgrave, 2001, p.197.

⁴⁶ DPT, **Ankara Anlaşması ve Katma Protokol**, C.2, Ankara, Ağustos 1993, s.47-49

⁴⁷ Belgin Aydın, "Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dünya Ticaret Örgütüne Katılmasının Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatına Muhtemel Etkileri", **Öneri**, C.6, S.21, (Ocak 2004), s.98.

gerçekleşmiş, kapasite kullanım oranları gerilemiş, ortaya çıkan aşırı rekabet ortamı karların önemli ölçüde düşmesine neden olmuştur.⁴⁸

Gümrük Birliği Anlaşması, rakip diğer ülkelere göre Türkiye'ye avantaj sağlamıştır. Ancak AB pazar payında önemli bir artış görülmemiştir. Beş yıllık uygulama dönemi içinde 1995 yılındaki 11 milyar Dolarlık düzeyinden, 2000 yılında 14,3 milyar Dolara yükselmiştir. Aynı dönemde ihracatın miktar olarak yüzde 372 oranında artış göstermesine karşın, ihracat değerindeki artışın yalnız %21 ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Ancak bu durumun bir nedeni ihracattaki fiyat baskısının varlığı iken diğer nedeni Euro bazında %75 oranında bir artış gerçekleşmiş olmasına rağmen Dolar bazındaki artışın %21'de kalması olarak yorumlanabilir.⁴⁹

Gümrük Birliği Anlaşması gereği AB'nin üçüncü ülkelere uyguladığı kuralları uygulamak zorunda kalan Türkiye için en önemli sorun AB'nin üçüncü ülkelerle imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları olmuştur. Böylece Türkiye AB'nin bu konuda uyguladığı tavizleri tek taraflı olarak uygulamak zorunda kalmakta, ve bu ülkelerin AB'ye karşı uyguladığı tavizlerden faydalanamamaktadır.⁵⁰ Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyonda uyguladığı gümrük vergisi oranlarındaki düşüş, doğrudan AB'ye giremeyen pek çok Asya menşeli ürünün, Türkiye üzerinden dolaylı olarak girmeye başlamasına, böylece AB'deki Türkiye pazar payının daralmasına sebep olmaktadır.

1.4. Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatında Mevcut Genel Durum

Türkiye'de, 2005 yılı verilerine göre sektörde faaliyette bulunan firma sayısı 45 bin civarında olup, bunun %25'i aktif ihracatçıdır. 500 büyük sanayi kuruluşunun yaklaşık %25'i tekstil ve konfeksiyon sektöründe faaliyet göstermektedir. Türkiye'deki imalat sanayiinde faaliyet gösteren 1.667 adet yabancı sermayeli şirketin, 74'ü tekstil,

⁴⁸ Ümit Sevim, **Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkanları**, Ankara: İGEME, Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı Sanayi Dairesi, Kasım 2002, s.3.

⁴⁹ Aydınlan, s.98-99.

⁵⁰ Metin Külünk, **Uluslararası Ticarete Tarife Dışı Engeller ve İhracatçılarımızın Karşılaştığı Zorluklar**, İstanbul: Çınar Yayınları, Ekim, 2004, s.43.

224'ü konfeksiyon olmak üzere toplam 298'i tekstil ve konfeksiyon sektöründe faaliyet göstermektedir.⁵¹

Türkiye'de ihracatın önemli bir kısmını gerçekleştiren sektör, büyük ölçüde dışa bağımlıdır. 1990-2002 yılları arasında tekstil ve giyim ihracatı %8,6 artarken, sektörün hammadde, ara malı ve yatırım malları ithalatı %13,6 artmıştır.⁵²

1.4.1. Türkiye'nin Genel Ekonomik Durumu

Kasım 2000 Likidite Krizi ve Şubat 2001 Finans Krizi sonrası IMF destekli bir Ekonomik İstikrar Programına ek olarak, ekonomi yönetiminde politik müdahaleleri asgari düzeye indirebilmek için BDDK ve Kamu İhaleleri Üst Kurulu gibi 10 Üst Kurul kurulmuştur. Bankalar Kanunu, Hazinesin İç Borçlanma Kanunu ve Merkez Bankası'nın bağımsızlığı yasası gibi kurumların özerkliğinin ve Türkiye'de siyasi istikrarın sağlanmasının müspet etkileri, ayrıca Ekonomik Programda mali disipline uyulmasının piyasalara güven vermesi sonucu Türk ekonomisi 2002 başından beri pozitif bir büyüme göstermektedir.⁵³

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası(TCMB) tarafından Ağustos 2005'te açıklanan rapora göre;

- Hazinesin piyasaya yaptığı ödemelerin yeni borçlanma ile çevrilme oranının azalması,
- Borçlanmaların daha düşük faiz oranları ve daha uzun vadelerde gerçekleşiyor olması,

kamu finansmanının yönetimi açısından rahatlık sağlamaktadır.

Ancak sınai altyapı konusunda Türkiye halen ciddi sıkıntılar yaşamaktadır. Vergiler, sosyal sigorta primleri, enerji giderleri, teşvikler gibi pek çok konuda yeterli destek sağlanamamaktadır.

⁵¹ DTM, "Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Gelişmeler", 9 Eylül 2005
<http://www.dtm.gov.tr/IHR/madde/Tekstil2005.htm> (11 Aralık 2005), s.1.

⁵² State Planning Organization, **Sector Profiles of Turkish Industry: A General Outlook**, Ankara, February 2004, p.22.

Türkiye'nin başlıca ekonomik göstergelerinin yer aldığı Tablo 5'teki verilere bakıldığında 2001 yılındaki küçülmenin ardından önemli bir büyüme trendine girildiği ve 2004'te artış oranının %9,9 gibi yüksek bir oranda gerçekleştiği gözlenmiştir. 2001 yılında gerçekleşen küçülmenin sebebi yaşanan ekonomik kriz sonrası gelişmeler olarak belirtilmektedir.⁵⁴

Tablo 5 :2001-2005 Yılları Türkiye'de Başlıca Ekonomik Göstergeler

	2001	2002	2003	2004	2005
GSMH (Milyar Dolar)	144	181,7	239,2	299,5	360,9
GSMH Büyüme Hızı (%)	-9,5	7,8	5,9	9,9	7,6
İmalat Sanayii Üretimi (% Değişme)	-9,9	10,7	9	10,4	6,0
Tüketici Fiyatları (TÜFE), % Değişme	68,5	29,7	18,4	9,3	7,7
Üretici Fiyatları (ÜFE=TEFE), % Değişme	88,6	30,8	13,9	13,8	2,7
Bütçe açığı (Katrilyon Lira) **	-29,8* (24,8 Milyar\$)	-41,7* (27,8 Milyar\$)	-39,8* (26,5 Milyar\$)	-30,3* (21,3 Milyar\$)	-9,7* (7,2 Milyar\$)
İç Borç Stoku (Katrilyon Lira) **	122,2* (101 Milyar\$)	149,9 * (100 Milyar \$)	194,4 * (130 Milyar\$)	224,5 * (158 Milyar\$)	244,8* (182 Milyar\$)
Bütçe Açığı / GSYH (%)	-16,3	-14,4	-11,2	-7	-2,0
Bütçe Harcamaları / GSYH (%)	45,2	41,7	39	35,3	32,0
İthalat (Milyar Dolar)	-41,4	-51,6	-69,3	-97,4	-116,0
İhracat (Milyar Dolar)	31,3	36,1	47,3	63,1	73,1
DIŞ TİCARET AÇIĞI (Milyar \$)	-10,1	-15,5	-22,1	-34,3	-42,9
CARİ İŞLEMLER AÇIĞI (Milyar\$)	3,4	-1,8	-8	-15,6	-23,4
Direkt Yabancı Sermaye (Milyar\$)	3,3	0,6	0,7	2,6	9,7***
Dış Borç Stoku (Milyar \$)	113,9	131,1	147	161,8	170,1
MB Döviz Rezervleri (Milyar \$)	18,7	26,7	33,6	36	50,5

Kaynak : Çankaya Üniversitesi, www.cankaya.edu.tr, 23 Aralık 2005;

* Ortalama \$ kuru 2001'de 1.2 milyon TL, 2002-2003 1.5 milyon TL, 2004'de 1,423 bin TL, 2005'te 1,342 Yeni Türk Lirası (YTL)'dir.

** Milyar YTL

***2005'de 9,7 milyar \$'lık Doğrudan Yabancı Sermaye (DYS) yatırımı girişinin 1,8 milyar \$'ı gayrimenkul satışındandır. Türkiye'den çıkan DHS ise, 1 milyar 40 milyon \$'dır.

⁵³ Emin Çarıkçı, "Ekonomik Gelişmeler, GB'nin Zararı Ve AB İle Müzakereler", 21 Nisan 2006, <http://www.cankaya.edu.tr/eng/publications/h2g21.doc> (21 Nisan 2006), s.1.

⁵⁴ Erineç Yeldan, "İstikrar, Kim İçin? Kriz İdaresi Üzerine Değerlendirmeler", **Birikim**, S.163, Kasım, 2002, s.1.

1.4.1.1. Enflasyon

Türkiye’de, 2001 yılında enflasyon %70’li seviyelerde iken, 2002’de Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE)’de %29,7, Toptan Eşya Fiyat Endeksi (TEFE)’de %30,8’e gerilemiştir. 2003’te yıllık enflasyon hızları TÜFE’de %18,4’e, TEFE’de de %13,9’a ; 2004’te TÜFE’de %18,4’ten %9,3’e TEFE’de ise %13,9’dan sadece %13,8’e inmiştir. Çekirdek enflasyon (maliyet enflasyonu) diye bilinen özel sektör imalat sanayi yıllık fiyat artışı ise, %10,6 ile TEFE’nin altında kalmıştır. 2005 yılında DİE, 1994 temel yılı yerine, 2003 baz yılı harcama kalıpları ve üretim yapısına göre hazırlanan yeni indeks uygulamalarına geçmiştir.⁵⁵

Tablo 3’ten de anlaşılacağı üzere 2002 yılından bu yana enflasyonla mücadelede alınan önemli mesafeler sonucunda, enflasyondaki yüksek oranlar önemli oranda düşürülmüş, TÜFE ve Üretici Fiyat Endeksi (ÜFE)’de enflasyon tek haneli rakama inmiştir. TÜFE %9,3 olarak gerçekleşirken, ÜFE’nin %13,8 ile bir önceki yıla yakın bir düzeyde olduğu gözlenmiştir.

1.4.1.2. Büyüme

2005 yılı üçüncü çeyreğinde Türkiye’de Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ve GSMH sırasıyla yüzde 7 ve yüzde 7,3 oranında büyümüştür. Böylece 2005 yılının ilk dokuz ayında GSYİH ve GSMH, aynı oranda, yüzde 5,5 oranında artmıştır. 2002 yılının ilk çeyreğinde başlayan aralıksız büyüme süreci 2005 yılının üçüncü çeyreğinde de devam etmiş, böylece ekonomide 15 dönemlik bir büyüme süreci yaşanmıştır. Öte yandan yılın üçüncü çeyreğindeki GSMH ve GSYİH büyüme rakamları, 2004 yılının ikinci döneminden itibaren kaydedilen en yüksek oranlı artış hızları olmuştur.⁵⁶

İmalat Sanayi üretimi 2001 yılında %9,9 gerilemiş iken, bu oran 2002’de %10,7, 2003’de %9 ve 2004’de ise %10,4’lük bir artış göstermiştir. 2005 yılında ise bu artış %6’ya düşmüştür.⁵⁷

⁵⁵ Hürriyetim, “Enflasyon 33 Yıl Sonra Tek Hane”, 3 Ocak 2005, <http://www.hurriyetim.com.tr/haber/0,,sid~4@nvid~519092.00.asp> , (3 ocak 2005), s.1.

⁵⁶ DPT, **Ekonomik Gelişmeler**, Ankara, Aralık 2005, s.1.

⁵⁷ Çarıkçı, a.g.e., s.1.

1.4.1.3. Döviz

İhracatın özendirilmesi amacıyla, 1980-85 döneminde TL(Türk Lirası) reel kuru %66.4 oranında değer kaybına uğratılmıştır. 1989 yılına kadar uygulanan döviz kuru politikaları ihracatı özendirme yönünde gelişmiş; ancak bu yıldan sonra ihracatın döviz kuru ile desteklenmesinden, enflasyon hızının yavaşlatılması için vazgeçilmiş ve TL yeniden değer kazanmaya başlamıştır.⁵⁸

1999 yılı sonunda, “Yönlendirilmiş Sabit Parite (Crawling Peg)” olarak tanımlanan sistem uygulamaya konulmuştur. Bu sistemin en önemli başarı şartı, maliye ve gelir politikaları ile uyumlu olması ve çok uzun sürmemesidir. Ancak 2000 yılında, gerekli yapısal politika değişiklikleri uygulamaya konulamadığı, finans kesiminde görülen çeşitli bozukluklar görüldüğü için bu sistem başarısız olmuş ve 2001 yılında Türkiye tekrar dalgalı kur sistemine geçmiştir.⁵⁹

1.4.1.4. Dış Ticaret

Daha önce de bahsedildiği üzere 1980 yılı, Türkiye için ekonomi ve dış ticaret politikaları açısından çok önemli bir dönüm noktası olmuştur. 1980’li yıllara kadar dış ticaret ithal ikamesine dayalı olarak yürütülürken, birinci ve ikinci petrol krizleri sonrasında dünya ekonomik konjonktüründeki olumsuzluklara paralel olarak Türk ekonomisinde yaşanmaya başlayan dış ödeme ve enflasyon sorununun aşılması için, “24 Ocak Kararları” olarak bilinen ekonomik istikrar programının uygulanmasına başlanmıştır. Böylece ithal ikameci strateji terk edilerek, ihracata dayalı kalkınma modeli benimsenmiştir. 24 Ocak 1980 istikrar programı ile; sanayileşme stratejisi olarak emek-yoğun, yerli hammaddelere dayanan ve dünya pazarlarında Türkiye açısından rekabet gücü olduğu varsayılan sektörlerin desteklenmesi hedeflenmiştir.⁶⁰

Türkiye’de dış ticaret rejiminin liberalleştirilmesi 1983 yılından sonra artan bir hızla sürdürülmüş, miktar kısıtlamaları yerine tarife uygulaması ön plana çıkarılmış,

⁵⁸ Funda Rana ÖZBEY, “Türk Sanayileşme Sürecinde Bütünleştirilmiş Strateji”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt:II, S:1, (Temmuz 2000), s.84.

⁵⁹ DTM, “Kur Politikası”, <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/strateji/III-6.htm>, (11 Ağustos 2005), s.1.

⁶⁰ Burcu Gediz ve Hakan Yalçınkaya, “Türkiye’de İhracat Projeksiyonu”, **Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, C.11, S.1, 2004, s.36.

koruma oranları düşürülerek, Türkiye dış ticaretine liberal bir yapı kazandırılmaya çalışılmıştır.⁶¹

2004 yılında ihracat %32,8, ithalat %40,5 artmış; 2005'te ise ihracat artış oranı %16, ithalat artış oranı ise %19 olmuştur. Böylece 2005 yılında Türkiye toplam ihracatı 73 milyar 4 milyon ABD Dolarına, ithalatı ise 116 milyar 48 milyon ABD Dolarına yükselmiştir. Aynı yıl ihracatın ithalatı karşılama oranı (ihracat / ithalat) %62,9 olarak gerçekleşmiş, toplam dış ticaret açığı da bir önceki yıla nazaran %25 oranında artarak 42 milyar 93 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır.⁶²

1.4.1.5. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları

1954 yılında çıkarılan yabancı sermayeyi teşvik kanununa rağmen Türkiye'de ekonomik istikrarın sağlanamaması nedeniyle yabancı sermaye yatırımlarından beklenen ölçüde yararlanılamamıştır. Ancak 4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu'nun 17 Haziran 2003 tarihinde yürürlüğe girmesiyle şirket sayılarında hızlı bir artış gözlenmiş ve 2003 yılında yabancı sermayeli şirket sayısı bir önceki yıla oranla %88,4 oranında artmıştır.⁶³

2004 yılında DYS kalemi 2,7 milyar Dolara fırlamış olmasına rağmen, bu miktarın 1,2 milyar Doları DYS yatırımı girişinden 1,4 milyar Doları da yabancıların gayrimenkul alımından kaynaklanmıştır. Ocak-Eylül 2005'de 3,7 milyar Dolarlık DYS yatırımı girişinin yaklaşık 1 milyar Doları gayrimenkul satışındandır. 2005 yılı toplam DYS girişi 4,05 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'den çıkan DYS ise, 0,7 milyar Dolar olup, gayrimenkul satışından elde edilen gelirler hariç, net DYS girişi, özelleştirme gelirlerinin artmasıyla, 2,7 milyar Dolara ulaşmıştır.⁶⁴

Ancak Türkiye'de yatırımcıların en önemli problemleri arasında %81 ile sıkça değişen muhasebe kuralları ve vergi oranları, %72 ile aşırı bürokrasi ve %52 ile yapay karmaşıklıklar gelmektedir. Dolayısıyla bu durum yatırımcılar açısından belirsizlik

⁶¹ Gediz, a.g.e., s.36

⁶² Muammer Kaya, "2005 Türkiye Ekonomisine Bakış ve 2006 Ekonomisinden Beklentiler", **Üniversite ve Toplum**, C.6, S.2., Haziran 2006, s.2.

⁶³ Hazine Müsteşarlığı, **Doğrudan Yabancı Yatırım Raporu**, Kasım 2005, s.1.

⁶⁴ Hazine Müsteşarlığı, a.g.e., s.15.

yaratmakta, yatırımcıların iş planları ve fizibilite raporlarına güvenmelerini engellemektedir.⁶⁵

1.4.1.6. İstihdam

Türkiye'deki en önemli sorunlardan birisi de kayıt dışı istihdamdır. Türkiye'deki yüksek işsizlik ve eksik istihdam gerçeği, kayıtdışı faaliyet için en önemli kaynağı oluşturmaktadır. İşsizlik kayıtdışı istihdam için bir neden olmakla beraber gerçekte kendisi, kayıtdışı istihdamı oluşturan nedenlerin bir sonucudur.⁶⁶

2000-2004 yılları arasındaki dönemde sosyal güvence kapsamında çalışan 412 bin kişinin işini kaybettiği, buna karşılık aynı dönemde herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna tabi olmadan çalışanların sayısında 621 bin kişilik bir artış olduğu izlenmektedir. Söz konusu beş yıllık dönemde yaratılabilen istihdam sayısı 209 bin kişiyle sınırlı kalmış, kayıt dışı istihdam tutarı ise 2004 yılında, incelenen dönemdeki en yüksek düzeyine çıkarak %53'e kadar yükselmiştir.⁶⁷

Tablo 6'da, Türkiye'de nüfusun 70 milyon civarında olduğu, bu nüfusun TÜİK(Türkiye İstatistik Kurumu)'in 2005 yılı hesaplamalarına göre %29,1'ini okul çağındaki 15 yaşın altındaki çocukların oluşturduğu görülmektedir. Çalışma çağındaki 16-64 yaş grubundaki nüfus, %65 civarında iken 65 yaş üstü nüfusun toplam nüfusa oranı ise %6 civarındadır. İşgücüne dahil olmayanların oranı ise tabloda da belirtildiği üzere oldukça yüksek bir oranda %51'ler seviyesinde gerçekleşmektedir.

Türkiye'de işsizlik oranı kriz sonrası dönemde %10 bandına yükselmiş, ancak bugüne değin belirgin herhangi bir değişme gözlenmemiştir. Ancak 2004 ve 2005 yıllarında küçük de olsa gerileme eğiliminde olduğu söylenebilir.

⁶⁵ Selçuk Arı ve Diğerleri, **Türk Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücünü Artırıcı Politika Önerileri (Dünya Uygulamalarıyla Bir Karşılaştırma)**, İstanbul: İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, 2004, s.221

⁶⁶ Tuncay Güloğlu, "The Reality of Informal Employment in Turkey", **Visiting Fellow Working Papers**, NY: Cornell University, 2005, p.12.

⁶⁷ Çarıkçı, a.g.e., s.1.

Tablo 6 : 2000-2005 Yılları Türkiye'de İşgücü ve İstihdam Durumu

(Bin Kişi)	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Kurumsal Olmayan Sivil Nüfus	66.187	67.296	68.393	69.479	70.556	71.428
Çalışma Yaşındaki (15+) Nüfus	46.211	47.158	48.041	48.912	49.906	50.647
İşgücü	23.078	23.491	23.818	23.640	24.289	24.557
İstihdam Edilenler	21.581	21.524	21.355	21.147	21.790	22.085
- Eksik İstihdam	1.591	1.404	1.297	1.143	997	835
- Diğer	19.990	20.120	20.057	20.004	20.794	21.250
İşsizler	1.497	1.967	2.464	2.493	2.498	2.472
İşgücüne Dahil Olmayanlar	23.133	23.667	24.223	25.272	25.616	26.090
Oranlar (Yüzde)						
15 Yaş Altı Nüfus Oranı	30,2	29,9	29,8	29,6	29,3	29,1
15 Yaş ve Üstü Nüfus Oranı	69,8	70,1	70,2	70,4	70,7	70,9
İşgücüne Katılma Oranı	49,9	49,8	49,6	48,3	48,7	48,5
İşgücüne Dahil Olmayanların Oranı	50,1	51,2	50,4	51,7	51,3	51,5
İşsizlik Oranı	6,5	8,4	10,3	10,5	10,3	10,1
Eksik İstihdam Oranı	6,9	6,0	5,4	4,8	4,1	3,4

Kaynak: TÜİK Hane Halkı İşgücü Anketi , www.tuik.gov.tr (11 Haziran 2006).

* Ocak-Ağustos aylarına ilişkin olarak açıklanan 8 anket sonucunun ortalamasını ifade etmektedir.

1.4.2.Sektörün Yapısal Değerlendirmesi

AB İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün tekstil ve hazır giyim endüstrisi için 2001 yılında hazırladığı rapora göre, Türkiye, tekstil ve konfeksiyonda Avrupa'nın en büyük üretim kapasitesine ve dünyanın aldığı ücrete göre en yüksek katma değer sağlayan işçisine sahip ülkesidir. Yapılan çalışmada bu hesaplamanın yapılabilmesi için saat başına katma değer işçinin saat ücretine bölünmüş ve ortaya bu çarpıcı sonuç çıkmıştır.⁶⁸

Tekstil ve konfeksiyon sektörü sanayi üretimindeki %14'lük, imalat sanayi üretimindeki %16'lık, toplam kayıtlı istihdamdaki %11'lik ve sanayi istidamı içindeki %28'lik payı ile Türkiye ekonomisinde önemli bir rol üstlenmektedir. Toplam üretim içinde sektörün payı %11 olmakla beraber, toplam ihracatta da %38 gibi önemli bir paya sahiptir.⁶⁹

⁶⁸ Işık Tarakçıoğlu, "Tekstil Sanayii Gelecekte Nerede Üretecek?", **Tekstil İşveren**, S.299, (Kasım 2004), s.52.

⁶⁹ Öz İplik İş Sendikası, **Tekstil Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, Ankara, 2005, s.3.

Türkiye’deki tekstil ve konfeksiyon firmalarının çoğunluğu Küçük ve Orta Boy İşletme (KOBİ) niteliğindedir.⁷⁰ Bu özelliğiyle birlikte yetersiz sermaye yapısı Türkiye’de sektörel bazda yeni teknolojilerin uygulanması ve tesis modernizasyonunu güçleştirmektedir. Sektördeki firmaların işletme sermayelerinin yetersiz oluşu üretimin sürdürülmesi ve aynı zamanda dış pazarlara açılımın sağlanmasında önemli engeller teşkil etmektedir. Ayrıca ülke ihracatında en önemli kredi kaynaklarından biri olan Eximbank’ın kaynak sıkıntısı çekmesi KOBİ’lerin yeterli desteği elde edememesine sebep olmaktadır.

Sektörde Araştırma-Geliştirme (AR-GE) faaliyetlerine yeterli önem verilmediği de görülmektedir. Türkiye’deki toplam AR-GE çalışmaları için ayrılan kaynağın yalnızca %1,5’i tekstil ve konfeksiyon sektöründe kullanılmıştır. Nitekim Türkiye’de AR-GE harcamaları için ayrılan kaynak GSMH’nin %0,7’sinin de altında gerçekleşmektedir.⁷¹ Özellikle AB pazarındaki rekabet gücünün sürdürülmesi için Türkiye’de kaliteli ve katma değeri yüksek ürünlerin üretimine geçilmesi, bunu için de iyi eğitilmiş işgücü ve AR-GE harcamalarının arttırılması gereklidir.

Maliyetler açısından ÇHC’yle rekabet çok mümkün olmadığından sektörde özellikle markalaşma stratejik bir önem kazanmıştır. Bu nedenle, “Olumlu Türk Malı” imajının kazanılması amacıyla, Turquality projesi yürürlüğe konmuştur. TURQUALITY®, tüketici gözünde bir üst marka olarak konumlanmakla birlikte, Türkiye’nin rekabet avantajını elinde bulundurduğu ve markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarının üretiminden pazarlamasına, satışından satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayan bir akreditasyon sistemidir.⁷²

⁷⁰ Öz İplik İş Sendikası, a.g.e., s.7.

⁷¹ Öz İplik İş Sendikası, a.g.e., s.21.

⁷² Erkin Karakaya, “Türkiye Markalarını Dünyaya Turquality ile Tanıştıracak”, **Endüstri Bilimleri Teknoloji Topluluğu Dergisi**, S.3, Mayıs 2004, s.11.

1.4.2.1. Üretim

Özellikle Gümrük Birliği üyeliğinin ardından, büyük çaplı ihracat beklentisiyle Türkiye’de tekstil ve konfeksiyon sektörüne verilen yatırım teşvikleri kapsamında sektörde önemli oranda yatırım gerçekleştirilmiş ve neticede Türkiye AB’de en büyük, dünyada ise dördüncü büyük iplik, dokuma, boya- terbiye ve konfeksiyon kapasitesine sahip olmuştur.

İmalat sanayi kapasite kullanım oranı Eylül 2004’te %84,8 ile 1977’den itibaren en yüksek değerine ulaşmıştır.⁷³ Bu oran Kasım 2004’de %83,5’e düşmüş, Kasım 2005’te de %81,2’ye gerilemiştir. Özel Sektöre bakıldığında da kapasite kullanım oranlarının Kasım 2004’te %80,4 olarak gerçekleşmiş iken Kasım 2005 itibariyle %79,3’e düştüğü gözlenmektedir.⁷⁴

Bu arada Türkiye’deki hammadde üretimine de bir göz atmak gereklidir. Türkiye’de üretilen tekstil ürünlerinin büyük bir kısmı pamuklu ürünlerden oluşmaktadır. Türkiye dünyadaki önemli pamuk üreticilerinden biri olsa da son yıllarda pamuk ekim alanları daralmaya başlamıştır. Bölgeler itibariyle en fazla pamuk verimi Ege bölgesinde gerçekleşmekte, aynı zamanda ülkenin en kaliteli pamuğu da burada yetiştirilmektedir. Bir diğer hammadde kaliteli yün elyafı ithalata bağımlıdır. Yün ipliği ve yünlü kumaş üretimi ise talebe yakın bir seyir izlemektedir. Suni sentetik elyaf üretimine bakıldığında da üretimin büyük çoğunluğunu akrilik ve polyester elyaf üretiminin oluşturduğu görülmektedir. Suni sentetik iplik üretimi talebe yakın miktarlarda gerçekleşirken, kumaş üretimi talebin oldukça altında kalmaktadır. Suni-sentetik tekstil ürünleri içinde en çok ithal edilen ürün viskoz elyafıdır. Aynı şekilde viskoz iplik ve kumaş üretimi yeterli olmadığından ithalatla karşılanmaktadır.⁷⁵

2005 yılında Türkiye tekstil ve konfeksiyon ürünleri imalatında dikkate değer bir düşüş gözlenmiştir. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verilerine göre 2005 yılı

⁷³ İTKİB, **Tekstil Sektörünün 2005 Ocak-Eylül İhracat Performans Değerlendirmesi**, Ekim 2005, s.7.

⁷⁴ Çarıkçı, a.g.e., s.1.

⁷⁵ Sevim, a.g.e., s.4.

Kasım ayında tekstil ürünleri imalatındaki düşüş bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8.1, giyim eşyası imalatı ise yüzde 19.1 olmuştur.⁷⁶

Türkiye Hazır Giyim Sanayi esnek üretim yapısına sahip olup, değişen moda eğilimlerine kolayca uyum sağlayabilmektedir. Sektördeki üreticilerin büyük çoğunluğunun KOBİ'lerden oluşmasına rağmen sektörde önemli sayıda büyük ölçekli işletme mevcuttur. 2001 yılında Dünyanın en büyük tekstil ve hazır giyim firmaları listesinde 331 firma arasında 19 Türk firması yer almıştır.⁷⁷ Halihazırda Türkiye'de 40.000 firmanın tekstil ve konfeksiyonda faaliyette bulunduğu tahmin edilmektedir. Bunların %90'ından fazlası KOBİ'lerden oluşmakta, ve bu firmalar genellikle fason üretimde bulunmaktadır. Faaliyetteki 40.000 firmanın ise yaklaşık dörtte biri aktif ihracatçıdır.

1.4.2.2. Maliyetler

Hammadde maliyetlerine baktığımızda tekstil ve konfeksiyon sanayiinin başlıca hammaddeleri olan pamuk ve iplik fiyatlarının yüksek olmasının dış piyasalardaki kalitesi daha düşük hammadde piyasasına yönelinmesine sebep olduğunu görmekteyiz.⁷⁸

1990'lı yıllara baktığımızda Türkiye tekstil ve konfeksiyon sektörünün hammadde açısından avantajlı olduğu alt sektörlerden biri olarak pamuk sanayiini görmekteyiz.⁷⁹ Ancak teşviklerin yetersizliği, yurtiçi fiyatların yüksek oluşu, yerli üreticilerin ithal pamuk fiyatlarıyla rekabet gücünün olmaması, en yüksek kalite pamuğun yalnız Ege Bölgesi'nden elde edilebilmesi, makineli hasadın yaygınlaşmaması gibi nedenlerle günümüzde önemli bir maliyet unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

⁷⁶ "Tekstil Kan Kaybediyor", *Ortadoğu*, http://www.ortadogugazetesi.net/haber_dv.asp?haber=15084 (21 Şubat 2006), s.1.

⁷⁷ Uzunoğlu, a.g.e., s.71.

⁷⁸ Adem Şahin, "Sanayiinin ve Özellikle Tekstilin Denizli'nin Gelişmesindeki Önemi", **İKV Denizli İlinin Ekonomik Gelişmesi Semineri**, Denizli, 1997, s.49.

⁷⁹ Aydın Sarı, "Globalleşme Sürecinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Uluslar arası Rekabet Gücünün Analizi", (Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi SBE, 1999), s.143.

Suni ve sentetik tekstil ve konfeksiyon ürünleri imalatında kullanılan petrol ve türevlerinde de Türkiye'nin ithalata bağımlı olduğu görülmektedir. Petrol fiyatlarının sürekli yükselişte oluşu da imalatla maliyetleri olumsuz etkilemektedir.⁸⁰

Enerji maliyetlerine bakıldığında ise Türkiye'de rakamların oldukça yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye enerji durumunun dikkat çeken bir karakteristiği talepteki büyük artış ve ithalata büyük ölçüde bağımlı oluşudur.⁸¹

İşçilik maliyetleri ele alınırsa, Türkiye'de çalışanın işverene maliyeti içinde vergilerin oranının %41 düzeyinde olduğu ortaya çıkacaktır. Türkiye'de işçilik maliyetleri 1980'li yıllardan bu yana istikrarlı bir yükseliş göstermektedir. 1980'de 0,95 Dolar olan saatlik işçilik maliyeti 1993'te 4,44 Dolara çıkmıştır. 1998'de ise devalüasyondan ötürü 2,48 Dolara düşmüştür.⁸²

Tablo 7'de, 2001 yılına gelindiğinde net asgari ücretin 99,23 ABD Doları düzeyinde olduğu görülmektedir. 2002 ve 2003 yıllarında yıllık ortalama %22 oranında artış göstermişken 2004'te bu oran ani bir yükselişle 245 ABD Dolarına yükselmiş, 2005'te yalnızca %6 artarak 260,78 Dolar olmuştur.

Tablo 7 : 2001-2005 Yılları İtibariyle Asgari Ücret

YIL	Giydirilmiş Asg.*Ücret (İşverene Maliyeti) (YTL)	Net Asg.*Ücret (YTL)	İstihdam Vergilerinin Payı (%)	Giydirilmiş Asg.* Ücret (ABD Doları)	Net Asg.* Ücret (ABD Doları)
2001	204,05	122,19	40,12	165,71	99,23
2002	304,81	184,25	39,55	201,45	121,77
2003	371,79	226,00	39,21	247,82	150,64
2004	539,64	318,23	41,03	377,58	245
2005	593,77	350,15	41,03	442,22	260,78

Kaynak: İTKİB, Hedef, 15 Şubat-15 Mart 2005, s. 42.

*Asg. = Asgari.

⁸⁰ Ayfun Çiçek, **Ekonomik Forum**, Aralık 2004, s.64.

⁸¹ P. R. Kumaraswamy (ed.), **China and The Middle East The Quest for Influence**, New Delhi: Sage Publications, 1999, p.80.

⁸² Birol Efe, **2005 Sonrasında Türk Tekstil & Hazır Giyim Sektörü Rekabet Gücünü Nasıl Koruyacak**, İzmir: İzmir Ticaret Odası, 2005, s.7.

Sektör üretimini dışsatım ağırlıklı gerçekleştirmektedir. Arz talep yapısı incelendiğinde sektörün yurtiçi talebi ithalata bağlı kalmaksızın karşılayabildiği görüşüne varılmaktadır.⁸³

Kızışan rekabet ortamında önemli bir diğer unsur olarak da KDV oranları ve KDV iadesinin gerçekleşme riskinin maliyetleri arttırıcı bir unsur olarak karşımıza çıktığını görmekteyiz. Alınıp alınmayacağı, ne zaman alınacağı kesin olarak belli olmayan ve alt hesap risklerinin ihracatçıya yüklendiği bu ortamda KDV %18 nispetinde maliyetlere yansıtılmaktadır. İhracatçı bu KDV'yi önce ödediği için de bugünkü vade farkı hesaplarına göre finansal maliyeti de eklendiğinde ihracatçının fiyatları %20-22 civarında artmaktadır.⁸⁴ Dünya piyasaları tekstilde %10-20 kar marjı ile çalışırken KDV oranları ve iade riskinin sadece ihracatçıya yüklenmesi tekstil ihracatını zorlaştırmakta, rekabet gücünü düşürmektedir.

1.4.2.3. Vergi ve Teşvik Politikaları

Türkiye’de ihracata yönelik devlet yardımlarının temel amacı, KOBİ niteliğindeki firmalar başta olmak üzere, firmaların ihracata yönelik faaliyetlerini gerek üretim, gerekse pazarlama aşamalarında destekleyerek, uluslararası pazarlarda karşılaştıkları sorunların giderilmesine yardımcı olmak ve rekabet gücü kazanmalarına olanak sağlamaktır.⁸⁵

Türkiye’de yürürlükte olan ihracat destekleme enstrümanları, kredilendirmeden hibe yardımlara uzanan oldukça geniş bir yelpazede yer almaktadır. En sık kullanılan araç ise, gümrük vergilerinden muafiyet sağlayan Dahilde İşleme Rejimidir.⁸⁶

⁸³ Aşkın, a.g.e., s.13

⁸⁴ Durmuş Dünder ve Orhan Belentepe, **KDV ve Tekstil Sektöründe KDV Konusunda Bir İnceleme**, İstanbul: Türkiye İhracatçılar Meclisi , 2004, s.54.

⁸⁵ TOBB, “Türkiye’de Yatırımlara ve İhracata Yönelik Devlet Destekleri”, **TOBB Rehberi**, Nisan 2001, s.2-29.

⁸⁶ Yavuz Mollasalihoğlu, “İhracat Teşvikleri”, <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan99/ihrtes.htm> (7 Aralık 2005), s.1.

Türkiye’de ihracat için devlet tarafından sağlanan destek ve teşvikler şu şekilde maddelendirilebilir⁸⁷:

- İhracatta Devlet Destekleri
- Eximbank Kredileri
- Destekleme Fiyat İstikrar Fonundan Prim Ödemesi
- KDV İadesi/ Muafiyeti
- Dahilde İşleme Rejimi
- Hariçte İşleme Rejimleri

Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğüne Kalkınma Planları ve Yıllık Programlarda öngörülen hedefler doğrultusunda yapılacak olan yatırımlara düzenlenen teşvik belgesi kapsamında⁸⁸:

- Gümrük vergisi ve Toplu Konut Fonu istisnası
 - Yatırım indirimi
 - KDV istisnası
 - Vergi, Resim ve Harç istisnası
 - Yatırımları Teşvik Fonundan kredi tahsisi
- sağlanabilmektedir

Dahilde işleme Rejimi kapsamında tekstil ve konfeksiyon sektöründe 2002 yılında 1.044 firmaya 4,6 milyar ABD Doları tutarında gümrük muafiyetli, 2003 yılında ise 1.281 firmaya 5,6 milyar ABD Doları ihracat taahhüdü karşılığı 3,1 milyon ABD Doları gümrük muafiyetli ithalat imkanı sağlayan Dahilde İşleme izin Belgesi (DİİB) verilmiştir.⁸⁹

Tablo 8’de tekstil sektörüne verilen yatırım teşvik belgelerinin yıllar itibariyle seyri yer almaktadır. Görüldüğü üzere sektöre verilen yatırım teşvik belgelerinin toplam teşvikler içindeki oranı 2002’de %153 gibi önemli bir oranda artış göstererek % 26,1 olmuş ancak 2003 ve 2004 yıllarında toplam belgelere oranında düşüş gözlenmiştir.

⁸⁷ Mehmet Melemen, **Uygulamalı Dış Ticaret İşlemleri**, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2003, s.146.

⁸⁸ Neşe Kanoğlu ve Ç. Emrah Öngüt, **Dünyada ve Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye’nin Rekabet Gücü**, Ankara: TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Yayını, No:2668, 2003, s.43.

⁸⁹ DTM, **Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu**, Ankara, Haziran 2004, s.123.

2003'te toplam teşviklerin %22,7'si tekstil ve giyim sektörlerine verilmiş, 2004'te bu oran daha da düşerek %17,7 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 8 : 2001-2005 Yılları Tekstil ve Giyim Sektörlerine Tahsis Edilen Yatırım Teşvik Belgeleri (%)

Yıllar	İmalat Sanayiine Verilen Yatırım Teşvik Belgelerinin Oranı	Değişim %	Dokuma ve Giyim Sektörlerine Verilen Yatırım Teşvik Belgelerinin Oranı	Değişim %
2001	53,4		10,3	
2002	58,6	9,7	26,1	153,4
2003	50,4	-14	22,7	-13
2004	62,1	23,2	17,7	-22
2004 (Ocak-Ağustos)	62,0		19,9	
2005 (Ocak-Ağustos)	55,0	-11,2	10,7	-46,1

Kaynak: Hazine Müsteşarlığı, <http://ekutup.dpt.gov.tr/teg/2005/09/teg.html> , 18 Nisan 2006.

1.4.3. Türk Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Mevcut Durum

Değerlendirmesi

Bu bölümde Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatı dışı açılım sürecinde önemli atılımın gerçekleştirildiği 1980 yılından itibaren değerlendirilecektir. Böylece Türkiye'nin sektördeki ihraç pazarları ve gelişiminin anlaşılması, ve dünya ticaretindeki yerinin belirlenmesine çalışılacaktır.

Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatının toplam ihracatına oranının, dünyadaki durumla karşılaştırılması neticesinde Türkiye'deki oranın daha yüksek çıkması ülkenin mukayeseli üstünlüğü ve rekabetçiliğe sahip olduğunun bir göstergesidir.⁹⁰ Türkiye için bu oranlar hesaplandığında tekstilde %6,6 konfeksiyonda ise %18,7 oranları bulunur. Bu oran dünyadaki toplam imalat sanayi ihracatında tekstil sektörü için %2,2, konfeksiyon için %2,9 olmakla beraber, Türkiye değerleri dünya

⁹⁰ Nihal Tuncer, "Türk İmalat sanayiinin Dış Rekabet Gücü Üzerine Bazı Gözlemler", **Toplum ve Ekonomi**, İstanbul, Mart 1991, s.124.

oranından tekstilde 3 konfeksiyonda ise 6 kat kadar daha büyüktür. Bu da Türkiye'nin rekabette önemli bir aktör olduğunun kanıtıdır.

1980-1990 döneminde Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı önemli oranda artış göstermiştir. Bu dönemde tekstil sektörü ihracat artış hızı yılda ortalama %15,4 olarak gerçekleşirken konfeksiyon ihracatında %38,2'lik önemli bir artış gözlenmiştir. Ancak 1990-2000 döneminde bu artış hızı tekstil sektöründe %9,9'a gerilerken konfeksiyonda oldukça büyük bir düşüşle %7,1 düzeyinde gerçekleşmiştir.⁹¹

2000-2003 arasındaki dönemde ise Türkiye tekstil ihracatı %24,6 düzeyinde artarken, konfeksiyon ihracatı %52,7 gibi ciddi bir oranda artış göstermiş ve 2003 yılında 9,5 milyar Dolara ulaşmıştır.⁹²

2003 yılında 2002'ye nazaran Türkiye tekstil ve hazır giyim ihracatında %25 artış görülmüştür. Ancak, burada Dolar-Euro paritesinde gerçekleşen %17'lik fark da dikkate alınmalıdır. Zira hazır giyim ihracatının %70'i Euro bölgesine yapılmakta ve aslında böylece, Türk hazır giyim ihracatı yalnızca %.10,6 artmış olmaktadır.⁹³

Türkiye toplam ihracatı içindeki yerine baktığımızda 1980 yılında tekstil ürünlerinin payı %11,8 iken, bu oran 2000 yılında %13,3'e ulaşmıştır. Konfeksiyon sektörü içinse bu oran 1980 yılında %4,5 iken 2000'de önemli bir artışla %23,7'ye ulaşmıştır.⁹⁴ Rakamlardan anlaşılacağı üzere tekstil ve konfeksiyon sektörü 1980 yılından bu yana Türkiye ihracatındaki payını önemli ölçüde arttırmış, halihazırda konfeksiyon sektörü ilk sırada yer almaktadır.

Dünya ihracatındaki payına bakıldığında tekstil ihracatında 1980 yılında Türkiye'nin payı %0,6 iken, 1990'da %1,4 ve 2002 yılında %2,8'e yükseldiği görülmektedir. Dünya konfeksiyon ihracatındaki payı ise 1980'deki %0,3'lük değerinden, 1990'da %3,1'e, 2000'de %3,3 ve 2002'de %4'e ulaşmıştır.⁹⁵

⁹¹ Kanoğlu, a.g.e., s.13.

⁹² DTM, Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu, a.g.e., s.108-109.

⁹³ TGSD, **2003 Yılı Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayii Değerlendirme Raporu**, İstanbul, Ocak 2004, s.7.

⁹⁴ Kanoğlu, a.g.e., s.14.

⁹⁵ DTM, Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu, a.g.e., s.105.

Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı 1980'li yıllardan bu yana sürekli olarak artış göstermiş, özellikle AB ithalatındaki ilk sıralardaki yerini bu gelişimine paralel olarak edinmiştir.⁹⁶

2004 yılında ise Türkiye'nin sektör ihracatı bir önceki yıla göre değer bazında %16,4 artarak 17,6 milyar Dolara ulaşmasına rağmen, tekstil ve hazır giyim ihracatının genel ihracat içindeki payı %32'lerden %23'lere gerilemiştir.⁹⁷

1.4.3.1. Tekstil

Tablo 9'da genel ihracat performansı içinde 2004-2005 yılları için Türkiye tekstil ihracatının payları yer almaktadır. 2005 yılında tekstil ihracatı 2004 yılına kıyasla %6,5 oranında artarak 4,8 milyar Dolar olmuştur. Sektör ihracatının sanayi ürünleri içindeki payı da düşmüş, sektördeki ihracat artışı gerek toplam ihracat, gerekse sanayi ürünleri ihracatındaki artışın gerisinde kalmıştır.

Tablo 9 : 2004-2005 Yılları Genel İhracat Performansı İçinde Türkiye Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı (Bin Dolar)

	2004	2005	2005/2004 Değişim %
Türkiye Genel İhracatı	64.026.635	73.426.151	14,7
Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı	4.564.760	4.861.288	6,5
Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Payı %	7,1	6,6	
Sanayi Ürünleri İhracatı	44.103.649	48.944.595	11,0
Tekstil ve Hammaddeleri İhracatının Sanayi Ürünleri İhracatındaki Payı %	10,4	9,9	

Kaynak: İTKİB, Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2006, s.10

⁹⁶ David T. Parkes, "Global Boiling World Textile And Apparel Industry Post Jan 2005", **International Textile Conference**, İstanbul, 19-21 May 2005, p.26.

⁹⁷ Tülay Sabutay, **Tekstil Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, Mayıs 2005, s.2.

Bu artışın çeşitli nedenlerinden birisi 2004 yılında dünya ekonomisinin kazandığı büyüme hızının azalarak da olsa devam etmesi ve ÇHC ile karşılaştırıldığında ana pazarların başında gelen AB pazarına olan coğrafi yakınlık sayılabilir. Ayrıca, yükselen petrol ve hammadde fiyatları, Türkiye'nin en önemli pazarı olan AB'deki ekonomik durgunluk, yükselen maliyetler ve yoğun rekabet nedeniyle düşen fiyatlara rağmen sağlanan ihracat artışı, sektörde Türkiye'nin rekabet gücünü göstermesi açısından önemlidir. Ancak, pazardaki rekabet gücüne rağmen sektördeki ÇHC rekabetinin yarattığı baskı, Türkiye'nin konuya ilişkin çeşitli önlemler almasını gerektirecek düzeyde olması bakımından önem arz etmektedir.⁹⁸

Tablo 10'da Türkiye'nin tekstil ihraç ettiği ülkeler yer almaktadır. Türkiye ihracatındaki en önemli payı AB ülkeleri almaktadır. %10,5'lik payı ile Eski SSCB ülkeleri, bu ülkelerin ardından % 10,4 ile AB dışındaki diğer Avrupa ülkeleri ve dördüncü sırada tek başına %4,2'lik payı ile ABD Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı pazarlardır.

AB ülkelerine yapılan ihracat toplam ihracatın %42'si gibi önemli bir oranda gerçekleştirilmektedir. Ancak bir önceki yıla nazaran 2005 yılında sektör ihracatının toplam ihracatındaki payında gözlenen düşüş pazar çeşitlendirmesi yolunda adımlar atıldığının bir göstergesi olabilir. Pazara yapılan ihracatta ise değer bazında %0,8 gibi çok düşük bir artış gözlenmiştir.

Diğer önemli pazar ABD'ye yapılan ihracatın toplam ihracattaki payı düşerken, buna paralel olarak pazara yapılan ihracatta da değer bazında önemli bir düşüş mevcuttur. Buna karşın diğer Avrupa ülkeleri ve eski SSCB ülkelerine yapılan ihracatlarda değer bazında önemli artışlar gözlenmekteyken, sektör ihracatındaki payları da bir önceki yıla nazaran yükselmiştir. Özellikle eski SSCB ülkelerine 2004 yılında yapılan 350 milyon 536 bin Dolarlık ihracatta %45,7'lik yüksek bir artış gerçekleştirilerek yapılan ihracat 510 milyon 899 bin Dolara yükseltilmiş, böylece sektör toplam ihracatında bu ülkelerin payı da %10,5'e çıkmıştır.

⁹⁸ İTKİB, **Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi**, İstanbul, Ocak 2006, s.10.

Türkiye için bir diğer önemli pazar olan Ortadoğu ülkelerine yapılan ihracatta da düşüş gözlenmiş, ayrıca bu ülkelere yapılan ihracatın toplam ihracat içindeki payı da düşmüştür. Toplam ihracat içindeki payı %8'den %7,1'e, yapılan ihracatın değeri de 366 milyon 578 bin Dolardan 347 milyon 284 bin Dolara düşmüştür. Bu durumda pazara yapılan ihracattaki düşüş %5,3 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 10 : 2004-2005 Yılları Başlıca Ülke Grupları İtibariyle Türkiye Tekstil İhracatı (Bin Dolar)

	2004 1000 Dolar	Toplam Teks. İhr. Pay %	2005 1000 Dolar	Toplam Teks. İhr. Pay %	2005/2004 Değişim %
AB (25) Ülkeleri Toplamı	2.031.706	44,5	2.047.577	42,1	0,8
ABD Toplamı	213.418	4,7	203.437	4,2	-4,7
Diğer OECD* Ülkeleri Toplamı	69.478	1,4	77.149	1,6	11,0
Diğer Avrupa Ülkeleri Toplamı (Romanya, Bulgaristan, Makedonya, KKTC)	405.483	8,9	507.456	10,4	25,1
Eski SSCB Ülkeleri Toplamı	350.536	7,7	510.899	10,5	45,7
Ortadoğu Ülkeleri Toplamı	366.578	8	347.284	7,1	-5,3
Afrika Ülkeleri Toplamı	262.865	5,8	285.216	5,9	8,5
Diğer Asya Ülkeleri	153.211	3,4	183.590	3,8	19,8
Diğer Ülke ve Bölgeler Toplamı	711.485	15,6	698.680	14,4	-1,8
Toplam Tekstil İhracat Kaydı	4.564.760	100	4.861.288	100	6,5

Kaynak: İTKİB, Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2006, s.11

*OECD = Organisation for Economic Cooperation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)

İTKİB verilerine göre AB ülkeleri içinde toplam tekstil ihracatındaki %6,6'lık payı ile 2004 yılında ilk sırada Almanya yer almaktadır. Ancak 2005 yılında ilk sıradaki yerini korumasına rağmen ülkeye ihracatta %2,6 oranında düşüş gözlenmiştir.⁹⁹

Türkiye'nin sınır ve yakın komşularıyla olan ticareti ise istikrarlı bir seyir izlememektedir. Özellikle Ortadoğu'nun siyasi açıdan dengesiz bir yapıya sahip olması bölgede zaman zaman çeşitli krizler ve savaşlar yaşanması ticaretin geliştirilmesi için

⁹⁹ İTKİB, Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, s.12

gerekli elverişli koşulların oluşturulmasının önünde ciddi engeller olarak ortaya çıkmaktadır.¹⁰⁰

1.4.3.2. Hazır Giyim

1980-1990 yılları arasında Türkiye hazır giyim ihracatı %40 oranında, 1990-1995 yılları arasında da %16,5 oranında artış göstermiştir. 1997 yılında 6,2 milyar Dolar olan Türkiye'nin hazır giyim ihracatı, 1998 yılında %6,7 artışla 6,7 milyar Dolara yükselmiştir. 1999'da tekrar 6,2 milyar Dolar düzeyine gerilemiş iken Türkiye'nin toplam hazır giyim ihracatı 2000 ve 2001 yıllarında da bu düzeyini korumuştur.¹⁰¹

2003 yılında Türk hazır giyim ihracatı, döviz kurundaki değişim ve istihdamın üzerindeki yüksek kamu maliyetlerine rağmen, 2002 yılına oranla %24,6 oranında artış göstererek 10,5 milyar Doları geçmiştir.¹⁰²

Tablo 11'de Türkiye hazır giyim ihracatının genel ihracatta ki yeri ve son iki yıl için ihracat değerleri belirtilmiştir. 2004 yılında hazır giyim ihracatı 13.095 milyar Dolara yükselmiş, genel ihracattaki payı %20,5 ve imalat sanayi ihracatındaki payı ise %29,7 olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılında gerçekleşen ihracat tutarı 13.708 milyar Dolar olmuş ve böylece belirtilen değerlere göre, sektör ihracatı 2005 yılında %4,7 oranında artış göstermiştir. Bu arada sektör ihracatının hem genel hem de imalat sanayi içindeki payları düşmüş, bu oranlar sırasıyla %18,7 ve %28 düzeyine inmiştir.

¹⁰⁰ Ayşe Oya Benli, **Komşu ve Yakın Pazarlar**, Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 2004, s.4.

¹⁰¹ DTM, "Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Gelişmeler", s.1.

¹⁰² Umut Oran, "Türk Hazır Giyim Sanayiinin 2003 Yılı Değerlendirmesi ve Gelecek için Öngörüler", **Tekstil İşveren**, S.288, Aralık 2003, s.61.

Tablo 11 : 2005 Yılı Genel İhracat Performansı İçinde Hazır Giyim İhracatının Payı

Birim: 1000 Dolar	2004 Ocak-Aralık	2005 Ocak-Aralık	Değişim %
Türkiye Genel İhracatı	64.026.635	73.426.151	14,7
Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatı	13.095.495	13.708.378	4,7
Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatının Payı %	20,5	18,7	
Sanayi Ürünleri İhracatı	44.103.649	48.944.595	11,0
Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatının Sanayi Ürünleri İhracatındaki Payı %	29,7	28,0	

Kaynak: İTKİB, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2006, s.11

Başlıca ülke grupları bazında ihracat değerlerini incelemek için Tablo 12'ye göz atmak gereklidir. AB 25 ülkeleri Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında 2004 yılında %74 ve 2005 yılında da %75'lik payı ile ilk sırada yer almaktadır. Bu rakamlar ise Türkiye'nin hazır giyim ihracatında büyük ölçüde AB ülkelerine bağımlı olduğunun bir göstergesidir. Pazar çeşitlendirmesi yapılmadığı için bu pazardaki ufak bir düşüş sektör ihracatını önemli ölçüde etkileyebilecektir. 2005 yılında sektör ihracatı içinde önemli yerini korumakta olan diğer OECD ülkelerine yapılan ihracat ise %13,8 oranında düşmüştür. Toplam ihracat içindeki payları çok düşük olmasına rağmen eski SSCB ülkeleri ve Ortadoğu ülkelerinin toplam ihracattaki payının çok düşük bir oranda da olsa artmış olması, bununla birlikte bu bölgelere yapılan ihracattaki değer bazında artış olumlu gelişmeler olarak ele alınmalıdır.

**Tablo 12 : 2004-2005 Yılı Başlıca Ülke Grupları İtibariyle Türkiye Hazır
Giyim ve Konfeksiyon İhracat Tutarları**

	2004 1000 Dolar	Toplam Teks. İhr. Pay %	2005 1000 Dolar	Toplam Teks. İhr. Pay %	2005/2004 Değişim %
AB (25) Ülkeleri Toplamı	9.692.651	74	10.344.429	75,5	6,7
Diğer OECD Ülkeleri Toplamı	1.833.824	14	1.581.124	11,5	-13,8
Diğer Avrupa Ülkeleri Toplamı (Romanya, Bulgaristan, Makedonya, KKTC)	83.136	0,6	129.495	0,9	55,8
Eski SSCB Ülkeleri Toplamı	208.146	1,6	275.427	2	32,3
Ortadoğu Ülkeleri Toplamı	220.858	1,7	260.356	1,9	17,9
Afrika Ülkeleri Toplamı	253.357	1,9	222.741	1,6	-12,1
Diğer Asya Ülkeleri	22.418	0,2	30.951	0,2	38,1
Diğer Ülke ve Bölgeler Toplamı	781.103	6	863.857	6,3	10,6
Toplam Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracat Kaydı	13.095.495	100	13.708.378	100	4,7

Kaynak: İTKİB, Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, Ocak 2006, s.14.

2. BÖLÜM

ÇİN HALK CUMHURİYETİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ

2.1. Tarihsel Süreç

ÇHC'nin tarihsel gelişimine göz attığımızda 4000 yıllık bu köklü medeniyetin M.S.1200 yılına değin ileri bir ekonomi düzeyinde olduğu ancak 1200-1500 yılları arası yaşadığı düşüş sonucu dünyaya kapılarını kapatmasıyla kişi başı GSYİH' sinin 2000 yıl önceki düzeyine gerilediğini görmekteyiz. I. ve II. Dünya Savaşları esnasında yaşadığı önemli siyasi kargaşalar ve Japon işgali ÇHC ekonomisi açısından bir başka önemli darbe olmuştur. II. Dünya Savaşı sonrası ise ülkenin Japon işgalinden kurtulmasını müteakip,1949 yılında Sosyalistler idareyi ele almış ve Mao Zedena liderliğinde Çin Halk Cumhuriyeti kurulmuştur.¹⁰³

Mao liderliğinde “Büyük İleri Atılım Programı” kapsamında kırsal bölgelerin sanayileşmesine yönelik çalışmalar yapıldıysa da hedeflere ulaşılamamış gerek sosyal gerekse ekonomik açıdan ÇHC büyük darbe almıştır. Bu dönemde ÇHC dış ticaret rejimi, sosyalist sanayileşmenin ihtiyaçlarına hizmet edecek şekilde tasarlanmıştır. İhracat gelirleri modern teknolojilerin ve endüstriler için ihtiyaç duyulan hammaddelerin ithalini karşılamak maksadıyla kullanılmaktadır. Yıllık yatırım planlarını belirlemede ithalatın büyüklüğünü içeren ticaret planları kullanılmaktadır ve dolayısıyla ithalatın finansmanını ihracat hacmi karşılamaktadır. Programın uygulanmasını garanti altına almak için ÇHC hükümeti ithalatı, ihracatı, fiyatları ve döviz kuru oranlarını doğrudan kontrol altında tutan kurumları devreye sokmuştur. Bu dış ticaret kurumları, ihraç mallarını yurtiçi üreticiden alır ve ithal edilmiş malları yurtiçi kullanıcılara dağıtmaktaydılar. Devlet zararları sübvansederken, artakalan gelir ÇHC bankalarına teslim edilmekteydi.¹⁰⁴

¹⁰³ Michael W.Cox and Jahyeong Koo, **China:Awakening Giant**, Federal Reserve Bank of Dallas, September 2003, p.11.

¹⁰⁴ Peter M. Lichtenstein, “Çin’in Dış Ticaret ve Yatırım Rejiminin Liberalleştirilmesinin Birbirinin Karşısı İki Görüş Tarafından Yorumlanması”, *Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2001, C: 19, S: 4 <http://www.iktisat.uludag.edu.tr/dergi/11/19-aylin/19-aylin.htm> , (28 Aralık 2005), s.1.

Mao'nun ölümünün ardından 1978 yılında başa geçen Deng Xiaoping ise, ÇHC'de kendine özgü bir piyasa reformunu başlatan kişi olmuştur. Deng Xiaoping, sosyalizmin özünün üretim faktörlerinin serbestleştirilmesi ve geliştirilmesinden ibaret olduğu görüşündedir.¹⁰⁵

Modernleşme çabaları ve reformlarla ÇHC yeniden zenginleşmiş ve Çin Komünist Partisi'nin sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi pek çok alandan çekilmesiyle serbestleşme yolları açılmıştır. 1978 yılında toplam nüfusun %28'ini oluşturan 270 milyon kişi yoksulluk sınırının altındayken, 1985'te bu oran 97 milyon kişi ile %10'un altına düşmüştür.¹⁰⁶ 1992'de Çin Komünist Partisinin 14. Ulusal Kongresinde Ülkede "Sosyalist Piyasa Ekonomisi" uygulanması kabul edilmiştir.

ÇHC, merkezi planlı bir ekonomiden piyasa ekonomisine geçerken, ticaret planlarını kaldırmış, ticaretin devlet eliyle yürütülmesinden uzaklaşmış, tarifeleri azaltmış, 1994 yılında ikili döviz kurunu birleştirmiş ve 1996 yılında da cari hesap işlemleri üzerindeki kambiyo kontrollerini kaldırmıştır. Diğer reformlarla birlikte bu önlemler, ÇHC dış ticaretinin ve ÇHC'ye yönelik doğrudan yabancı yatırımların hızla artmasına neden olmuştur.¹⁰⁷

Mao'nun ölümünün ardından başlayan büyük değişim süreciyle birlikte ÇHC'de yabancı yatırımlar ve dış ticarete karşı alınan tavır yavaş yavaş değişmiş ve ÇHC Uluslar arası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası üyesi olmuş, özel ihracat bölgeleri açmıştır.¹⁰⁸

1 Temmuz 1997 tarihinden itibaren de Hong Kong ÇHC'ye dahil olmuş ve ülke bünyesinde "Özel İdari Bölge" statüsü kazanmıştır. Bu durum ÇHC'nin dünya

¹⁰⁵ Aslı Karasu, "The Role Of China in The World Economy", (Master Thesis, Yeditepe University ISS, 2004), p.70.

¹⁰⁶ Nicholas R. Lardy, **China's Unfinished Economic Revolution**, Washington: The Brookings Institution Press, 1998, p.1.

¹⁰⁷ Üstün Alan, "Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliği Ve Küresel Etkileri", Ekim 2002, <http://www.dtm.gov.tr/ead/ekonomi/sayi12/cin.htm> , (10 Nisan 2005), s.1.

¹⁰⁸ Willam von Kemenade, **Çin Hong Kong Tayvan A.Ş. Yeni Bir İmparatorluk**, Armağan Anar (çev.) İstanbul: Sabah Kitapları, Nisan 1999, s.324.

ticaretindeki önemini bir kat daha arttırmıştır. Bugün Hong Kong hala Çin hazır giyim ihracatının %30'unun yapıldığı şehirdir.¹⁰⁹

2.1.1. Çin Tekstil Ve Konfeksiyon Sanayiinin Tarihi

Çin tekstil ve konfeksiyon sanayinin ortaya çıkışı 1870'li yıllara rastlamakla beraber, uzun yıllar süren savaşlar ve tekelci dış sermaye baskısı gibi nedenlerle gelişim süreci olması gerekenden çok daha yavaş seyretmiştir. Nitekim 1949 yılında Çin Halk Cumhuriyeti kurulduğunda bu sektörde faaliyet göstermekte olan şirketlerin toplam sayısı 179.000'dir. Sektördeki firmaların %99'u özel teşebbüse ait olup, istihdam edilen işçi sayısı da 8.000'i teknisyen olmak üzere 745.000'dir.¹¹⁰

ÇHC'nin kuruluşunun ardından hazırlanan ilk Beş Yıllık Plan'ın hazırlanmasını takiben sektörü geliştirmek için yoğun çaba harcanmıştır. 1960'ların ortalarında pamuk iplik üretimi 1.3 milyon ton ile dünya çapında 2. sıraya yükselirken aynı zamanda kendi sentetik elyaf sanayiini geliştirmeye başlamıştır. Kuruluşundan itibaren 30 yıl içinde fark edilir biçimde iyileşerek modern bir sanayiye dönüşmüşse de henüz artan nüfusun gereksinimlerini karşılayacak kapasiteye erişememiştir.¹¹¹

Nihayet 1978'deki reform hareketi ile dış dünyaya açılma kararı alan ÇHC'de, 1979'da kupon sistemi de terkedilmiş ve tekstil sanayii çok hızlı bir gelişim sürecine girmiştir.¹¹² Devletin uygulamaya koyduğu teşvik politikaları ile ÇHC bir yandan ithal ettiği modern teknoloji ve yatırım mallarıyla sanayisini iyileştirmiş, diğer yandan yabancı yatırımları çekmede oldukça başarılı olmuştur.

1978'den bu yana, yalnız 1989 ve 1996 yılları hariç, ÇHC'nin ihracatı dünya dış ticaretindeki toplam ihracat artışından daha hızlı artmıştır. 1994 başlarında ÇHC parası Renminbi'nin dış değerinin düşürülmesi ve Dolara bağlanması, 1995'te ihracatta katma değer vergisi iadesi sisteminde daha fazla tavizler içeren değişiklikler yapılması

¹⁰⁹ Selçuk Arı ve Diğerleri, **Türk Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücünü Artırıcı Politika Önerileri (Dünya Uygulamalarıyla Bir Karşılaştırma)**, İstanbul: İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, 2004, s.96.

¹¹⁰ DTM, Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu, a.g.e., s.65.

¹¹¹ DTM, Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu, a.g.e., s.65.

¹¹² Robert L. Worden, Andrea Matles Savada and Ronald E. Dolan (Ed), **China: a country study / Federal Research Division**, 4th ed., Washington D.C: Library of Congress , 1988, p.45.

1994 ve 1995 yıllarında ihracat artışlarının %32 ve %23 seviyesinde yükselmesine yardımcı olmuştur.¹¹³

1997 yılı sonunda tekstil sanayiindeki zorlukları yok etmek için düzenlenen Merkez Komitesi Ekonomik Çalışma Konferansı'nda devlet, tekstil sektörünü pilot uygulama olarak seçmiş, böylece bu sektörde sahibi olduğu firmalarda şirket mekanizmalarını dönüştürme, kaynak optimizasyonu ve sanayiye rasyonel yapıya kavuşturmayı hedeflemiştir.¹¹⁴

1998 yılına dek sürekli bir yükseliş arz eden ÇHC tekstil ve konfeksiyon ihracatı, bölgede başlayan ve daha sonra tüm dünyayı etkisi altına alan Asya'da yaşanan finansal krizin etkisiyle 1998 yılında beklenen performansı gösterememiştir. Çünkü, Nisan 1997-Aralık 1998 itibarıyla bölge ülkelerinin paralarını %13 ile %69 arasında devalüe etmeleri ve de aynı dönemde ÇHC ulusal parasının %0.2 değer kazanması ÇHC'nin sektörde rekabet gücünü zayıflatmıştır. Bir diğer neden ise ÇHC'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatında önemli bir pazar olan Japonya'nın yaşadığı ekonomik durgunluk, dolayısıyla da sektörel tüketim talebindeki gerilemedir.¹¹⁵ Bu finans kriziyle girdiği durgun dönemden ÇHC 15 ay sonra çıkmış ve hızlı büyümesine devam etmiştir.

1978'lerden beri ÇHC'nin ekonomik büyümesinde süregelen bu başarısında yapılan reformların 4 temel niteliğinden bahsedilmektedir: Yeni özel firmaların piyasaya girişi, kamu firmalarının verimliliği ve karlılığında artış, etkin vergileme sistemi ve aşamalı fiyat reformu.¹¹⁶ Ülkedeki verimlilik artışı sanayinin gelişmesiyle birlikte, ülkenin dünya ticaretindeki payının da artmasını sağlamıştır. Gerek vergileme sistemi gerekse fiyat reformlarıyla da yatırımlar hızlandırılmış, aynı zamanda yabancı yatırımcıların da piyasaya girişi sağlanmıştır.

Son yıllarda Çin ihracatını en önemli ölçüde etkileyen durum DTÖ üyeliği olmuştur. Böylece dünya çapındaki ticari liberalleşme dalgasından yararlanma imkanı

¹¹³ Selçuk Tayfun Ok ve Atilla İmrahor İlyas, **Çin Halk Cumhuriyeti Tüketim Malları İhracat Pazar Araştırması**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını, No:1998-76, Aralık, 1998, s.39.

¹¹⁴ Ok, a.g.e., s.41.

¹¹⁵ Ümit Sevim, **Hazır Giyim: Alternatif Pazarlar**, Ankara: TC Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Temmuz 1999, s.7.

¹¹⁶ Ufuk Başoğlu, Nalan Ölmezoğulları ve İlker Parasız, **Dünya Ekonomisi Küreselleşme Finansal Kurumlar ve Küresel Makro Ekonomi**, Bursa: Ezgi Kitabevi, 1999, s.74.

bulmuştur. Büyüyen ekonomisi ve düşük üretim maliyetleriyle Çin dünya ticaretinde en önemli oyuncularından biridir.

2.1.2. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği

1948 tarihli GATT Anlaşmasının imzalayan ilk 23 üye ülkeden biri olan ÇHC, 1949 yılındaki Çin devrimi sonrasında çok taraflı ticaret sistemi dışında kalmış ve 1986 yılında, akit taraf statüsünü yeniden kazanmak için başvuruda bulunmuştur. 11 Aralık 2001 tarihi itibarı ile de DTÖ üyesi 143. ülke olmuştur.¹¹⁷

Çin, DTÖ üyeliği ile dünya ile entegre olma sürecine girmiş ve bir çok alanda mevzuatını ve uygulamalarını uluslararası kurallara uyumlu hale getirmeye başlamıştır. Tam uyum zaman alacak olup, DTÖ katılım anlaşmasında Çin'in kurallarını belirli bir takvim çerçevesinde DTÖ kurallarına uygun hale getirmesi öngörülmektedir.

DTÖ üyeliğiyle birlikte, kotaların kaldırılması avantajından yararlanacak olan Çin'in DTÖ giriş protokolü aynı zamanda ÇHC'nin ticari partnerlerine Çin ihracatlarına karşı kullanabilecekleri çok özel koşullar da içermektedir.¹¹⁸ Hukuki altyapı çerçevesinde bu koşullara değinilecektir.

2.1.2.1. Hukuki Altyapı

Tekstil ve konfeksiyon sektörü için DTÖ anlaşması gereğince MFA anlaşmasının yürürlükten kaldırılıp, yerine ATC anlaşmasının uygulamaya geçirilmiş olduğu ifade edilmişti. Çin'in DTÖ üyeliğiyle birlikte Tekstil ve Konfeksiyon anlaşması Çin için de yürürlüğe girmiş bulunmaktadır.

- DTÖ Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması çerçevesinde tekstil ve konfeksiyon ürünleri için dünya ticaretindeki kısıtlamalar, 1.1.2005 tarihi itibarıyla üye ülkeler için tamamen yürürlükten kaldırılacaktır. Anlaşmanın 7. Maddesi uyarınca

¹¹⁷ Vai Io Lo and Xiaowen Tian, **Law and Investment in China: The Legal and Business Environments after China's WTO Accession**, London: Routledge Curzon, 2005, p.325.

¹¹⁸ Deepak Bhattachali, Shantong Li and Will Martin (Ed), **China And The WTO Accession, Policy Reform, And Poverty Reduction Strategies**, Washington: A Copublication of World Bank and Oxford University Press, 2004, p.29.

GATT 1994 kuralları çerçevesinde aşağıdaki alanlarda iyileştirmeler yapılması öngörülmektedir:¹¹⁹

- Tarife indirimleri ve bağlı tarifeler, tarife dışı engellerin azaltılması veya kaldırılması ile gümrük, idari prosedürler ve lisans formalitelerinin azaltılması yoluyla tekstil ve konfeksiyonda pazara girişin kolaylaştırılması

- Tekstil ve konfeksiyon sektöründe , damping ve anti-damping kuralları ve prosedürler, sübvansiyonlar ve karşı önlemler ile fikri mülkiyet hakları alanlarında eşit ve hakkaniyete uygun politikalar uygulanması
- Genel ticaret politikası amaçları için önlem alınırken, tekstil ve konfeksiyon ihracatına yönelik ayırımcı uygulamalardan kaçınılması

- ÇHC, DTÖ'ye giriş anlaşması uyarınca, mal ve hizmetlerde pazara giriş ve fikri mülkiyet hakları gibi hususlarda pek çok taviz vermiştir. Böylece ÇHC pazarına giriş kolaylaştırılmış, sübvansiyonlarda kısıtlama getirilmiş ve tekstil sektöründe Çin rekabetine karşı DTÖ üyesi ülkelerin çeşitli önlem alma hakları saklı tutulmuştur.

- Belirtildiği üzere, DTÖ üyesi ülkeler, ÇHC'nin DTÖ Katılım Protokolü uyarınca, protokolün yürürlüğe girdiği Kasım 2001 tarihinden başlayarak 12 yıl boyunca çeşitli önlemler almak hakkına sahiptir. Bu hükümle ilgili DTÖ Katılım Protokolünün 16. Maddesinde belirtilen düzenlemeler aşağıda özetlenmiştir.¹²⁰

- Çin menşeli ürünlerin bir üye ülkenin yerli üreticilerini olumsuz etkileyerek piyasayı bozması ya da bozma tehdidi oluşturması durumunda, üye ülke, Karşı Önlemler Anlaşmasında (Agreement on Safeguards) yer alan uygulamayı takip etmek koşuluyla, ÇHC'den karşılıklı tatmin edici bir çözüm için danışma talebinde bulunabilir. Piyasa bozulması olduğu konusunda uzlaşma sağlanırsa, ÇHC, Pazar bozulmasını önleyici veya tamir edici önlemleri almak zorundadır. 60gün

¹¹⁹ Nordas, a.g.e., p.13-14.

¹²⁰ DTM, Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu, s.63-64.

içinde danışmalar uzlaşmayla sonuçlanmazsa, üye ülke, protokoldeki tavizleri geri alarak önlem alma konusunda serbesttir.

- Alınacak önlemlerin süresi pazar bozulmasını önleyecek ya da ortadan kaldıracak zamanla sınırlı tutulmalıdır.
- Eğer önlem, ithalatta görece bir artış dolayısıyla alınmışsa 2 yıldan, ithalatta mutlak bir artıştan dolayı alınmışsa 3 yıldan uzun süre uygulamada kalacaksa, ÇHC de, GATT 1994 kapsamında söz konusu üyeye tanıdığı benzeri bir tavizi askıya alma hakkına sahiptir.
- Önlem almada gecikmenin tamiri zor hasara neden olacağı kritik durumlarda, üye ülke önceden geçici önlem alabilecektir. Geçici önlemin süresi 200 günü aşmayacaktır.

- ÇHC'nin, DTÖ'ye katılımına ilişkin Çalışma Grubu Raporu'nda 31 Aralık 2008 tarihine değin aşağıdaki hükümlerin uygulanmasını kabul ettiği belgelendirilmektedir.¹²¹

- DTÖ anlaşmasının yürürlüğe girdiği tarihte Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması kapsamında yer alan tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin Çin menşeli ithalatının kendi pazarını bozduğuna kanaat getirir ve danışma isteğinde bulunursa ayrıntılı pazar bozulması ve danışma talebini haklı kılacak nedenleri bildirmesi gerekmektedir. Bu bildirimde;(a) mevcut pazar bozulması tehdidi, (b) bunda Çin menşeli ürünlerin rolü açıklığa kavuşturulmalıdır. Bu koşulları taşıyan danışma talebi üzerine, ÇHC bu ürünlerle ilgili ihracat artışını %7,5 (yünlüler için %6) ile sınırlandırmayı taahhüt etmektedir.

- Eğer danışmalarda tatmin edici bir sonuca ulaşılmazsa, üye ülke %7,5'lik sınırlamayı otomatik olarak uygulayabilecektir. Ancak bu uygulama her halükârda, karşılıklı uzlaşma olmadıkça, 12 aydan uzun süre devam etmeyecektir.

¹²¹ DTM, "Çin Halk Cumhuriyeti'nin DTÖ'ne Katılımının Tekstil ve Konfeksiyon İhracatımıza Muhtemel Etkilerine İlişkin Değerlendirme", <http://www.dtm.gov.tr/Ab/cinnotu.htm> (11 Mayıs 2005), s.1.

- Aynı ürüne, aynı anda hem Katılım Protokolünün 16. Maddesi hem de bu madde kapsamında uygulama yapılamaz.

2.1.2.2. Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Sonrası Çin Tekstil İhracatı

1 Ocak 2005 tarihi itibariyle DTÖ kapsamında öngörülen kotaların kaldırılması başlangıçta Türkiye için bir avantaj olarak görülse de, ÇHC'nin DTÖ'ye üyeliğinin ardından bu durumun Türk tekstil ihracatında olumsuz sonuçlar doğuracağı açıktır.

Konuyla ilgili DTÖ'nün yaptığı bir araştırmada ortaya çıkan sonuçlara göre:¹²²

- Halihazırda AB pazarında %13 payı olan Türk tekstilinin entegrasyon süreci içinde %12 oranına gerileyeceği tahmin edilmektedir. Buna karşılık ÇHC'nin payının %10'dan %12'ye çıkacağı tahmin edilmektedir.

- ABD pazarında ise Türkiye'nin kayda değer bir payı bulunmamaktadır. Ancak Çin'in payının %11'den %18'e çıkacağı hesaplanmaktadır.

UNCTAD (United Nations Conference On Trade and Development) Ticaret ve Gelişim raporunda DTÖ üyeliğiyle birlikte kotaların kalkmasının ardından ÇHC rekabetinden en çok etkilenecek ülkeler olarak ikinci kuşak yeni sanayileşen ülkeler ile Meksika ve Türkiye gibi orta gelir düzeyindeki diğer “gelişen piyasa ekonomileri” belirtilmiştir.¹²³

- Kotaların kaldırıldığı kategorilerde 2001 yılına göre 2002 yılında ÇHC'nin ihracatı miktar olarak %192 değer olarak da % 46 artarken diğer ülkelerin ihracatları miktar olarak %11 değer olarak da %13 azalmıştır.¹²⁴

- 2002 yılında diğer tüm tedarikçilerin ihracat düzeyinde 813 milyon ABD Doları bir düşüş gözlenirken, ÇHC aynı yıl 29 giyim kategorisindeki ihracat düzeyini 980 milyon ABD Doları arttırmıştır.¹²⁵

¹²² Nordas, a.g.e., p.27.

¹²³ UNCTAD, “Dünya Ticaret Sistemi İçinde Çin'in Önündeki Fırsatlar ve Güçlükler”, Basın Açıklaması, 29 Nisan 2002, s.1.

¹²⁴ Uzay, a.g.e., s.62.

¹²⁵ Uzay, a.g.e., s.62.

ÇHC'nin DTÖ Üyeliğinin ardından iki yıl içinde kota uygulayan ülkeler kendi pazarlarının ihtiyaçlarına daha iyi uyarlayabilmek için marka, sermaye ve teknoloji konularında ÇHC ile işbirliğine gitmişler, ülkedeki yatırımlarını da arttırmışlardır.

2.2. Çin Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Mevcut Durumun Türkiye ile Kıyaslamalı Analizi

Çin'in Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatına etkilerini incelerken, sebeplerine de göz atmak gereklidir. Bu nedenle her iki ülkenin ekonomik durumları ve sektöre ilişkin verilerini kıyaslamalı olarak incelemek ve her iki ülke hakkında da bilgi sahibi olduktan sonra yorum yapmak gereklidir.

2.2.1. Çin Halk Cumhuriyeti Genel Ekonomik Durumu

ÇHC, merkezi planlı ekonomiden piyasa ekonomisine geçmeyi başarmış az sayıda sosyalist ekonomiden biridir. 2001-2005 yıllarını kapsayan Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı yalnızca yol gösterici niteliği olan bir plan olmuştur. Bu kapsamda da yalnız faiz oranları ve döviz kurunun kontrolü sağlanmaktadır.¹²⁶

1978'e kadar ekonomide devlet işletmelerinin ağırlığı hissedilirken, bu yıldan sonra geçirdiği dönüşüm süreciyle birlikte yerel hükümetlerin denetiminde kolektif şirketler ile özel girişimciler ve yabancı sermayeli kuruluşlar öne çıkmaya başlamıştır. Her ne kadar bazı kamu işletmeleri kapatılmış olsa da bu durum daha çok özel sektörün kamuya göre daha hızlı büyümesiyle ortaya çıkmıştır.¹²⁷

Son yirmi yılda ÇHC dünyanın en hızlı büyüyen ekonomisi olmuştur ve 1997 – 1998 yıllarında Asya'da yaşanan finansal krize rağmen bu özelliğini korumuştur. Ancak bu durum, yüksek büyüme oranları, ekonomideki aşırı ısınmanın işaretleri olabileceği endişesini doğurmuştur. 2004 yılının ilk çeyreğinde banka kredileri %21, GSYİH %9,8 ve sabit sermaye yatırımları %43 oranında artmıştır. Enflasyon bir önceki yıl %0.9 iken

¹²⁶ J.Lau Lawrence, **The Chinese Economy After The Sixteenth Party Congress**, CA: Stanford University Asia/Pasific Research Center, May 2003, p.14.

¹²⁷ Alaattin Kızıltan, "Tek Kutuplu Bir Dünyada Çin Halk Cumhuriyeti'nin 'Süpergüç' Olabilirliği", **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.5, S.1, 2004, s.54.

2004'te %4,4'e çıkmıştır. Birçok ekonomistin ortak kanısı ekonominin resmi mercilerin bildirdiğinden de çok ısınmış olduğudur.¹²⁸ Bu duruma istinaden ÇHC Başbakanı Wen Jibao 28 Nisan 2004'te ÇHC'nin ekonomiyi soğutmak için çok güçlü tedbirler alacağını söylemiştir. Jibao'nun bu açıklamasının ardından küçük bankaların yeni kredi açmaları geçici olarak durdurulmuş, yatırım projelerine sıkı kontroller getirilmiş ve bazı yeni fiyat kontrolleri konulmuştur. Çok ısınma işaretleri veren sektörlerle ilgili projelerin finansmanında da daha az borç ve daha fazla özsermaye kullanma zorunluluğu getirilmiştir.¹²⁹

Kişi başına gelirin hala oldukça düşük olduğu göz önüne alınırsa büyüme potansiyelinin hala çok yüksek olduğu görülebilir. Kırsal kesimde büyük bir işgücü arz fazlası, çok yüksek yerli tasarruf oranı ve doğrudan yabancı yatırımlar bulunmaktadır. Tarımdan sanayiye geçiş, daha yüksek katma değer anlamına geleceğinden verimlilik artışları da yüksektir denebilir. Son 10 yılda sanayi firmalarının karlarının önemli bir şekilde yükselmesi de yüksek büyüme hızının sürdürülebileceğine ilişkin tahminleri güçlendirmektedir.

ÇHC ekonomisinin en belirgin özelliklerini şu şekilde saymak mümkündür:¹³⁰

- Giderek gelişen ve büyüyen orta düzey gelir grubu,
- 70 milyon civarındaki Çin Diasporası, ve bunların ülkeye yabancı yatırımcı kimliğinde yatırım yapması
- Bölgesel bazda dengesiz ekonomik gelişme
- Yapısal reformlar sonucu artan işsizlik
- Müteşebbis bir halk
- Gelişen endüstriyel ortam
- Nitelikli işgücü
- Kamu sektörünün ağırlığı

¹²⁸ The Economist, "Special Report-China's Economy", 15 May 2004, s.67.

¹²⁹ Ebru Arısoy, Güzin Bayar ve Burak Soranlar, "Asyanın Devi: Çin Halk Cumhuriyeti", **DTM Dış Ticaret Dergisi**, Yıl:9, S.32, Ankara, Temmuz 2004, s.13.

¹³⁰ Atilla Başlar, **Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliğinin Çin Ekonomisi, Dünya Ticareti ve Türkiye Üzerinde Olası Etkileri**, İstanbul: Sınai Yatırım Bankası, 2001, s.1.

Devlet İstatistik Müdürlüğü'nün 25 Ocak 2006 tarihinde yayımladığı son verilere göre, 2005 yılında ÇHC ekonomisinin toplam değeri, bir önceki yıla oranla yüzde 9.9 artarak, 18 trilyon yuana ulaşmıştır. Yabancı ekonomik çevrelerin, ÇHC'nin toplam ekonomik değer bakımından Fransa'yı geçerek, dünyada beşinci konuma yükseleceğini tahmin etmektedirler. Çinli yetkili ve uzmanlar ise, ÇHC ekonomisinin hızlı ve sağlıklı gelişmesini sürdürmesi için, mevcut ekonomik büyümenin yatırıma ve ihracata dayalı durumunun değiştirilmesi ve halkın gelirinin arttırılarak, tüketimin itici güç haline getirilmesi gerektiğini belirtmektedirler.¹³¹

Son yıllardaki ekonomik gelişmede ihracat, önemli bir itici güç konumundadır. 2005 yılında ÇHC'nin dış ticaret hacmi, bir önceki yıla oranla yüzde 23 artmıştır. İhracat artışı, ülkedeki sektörlerin gelişmesini hızlandırmanın yanı sıra uluslararası ticari anlaşmazlıkların artmasına yol açmış ve ÇHC, dünyada anti-damping uygulamasına en çok maruz kalan ülke haline gelmiştir. 1995'te Dünyada uygulanan anti-damping önlemlerinin %18'i ÇHC'ye yöneltilmişken 2000'de bu oran %20'ye yükselmiştir.¹³²

Tablo 13'te, ÇHC ekonomisinin genel ve finansal göstergelerinin gelişimi yer almaktadır. 1998 yılından bu yana GSMH'de hızlı bir artış gözlenmiş, 8.440,2 milyar Renminbi (RMB) iken, 2005 yılında 18.282'ye yükselmiştir. Reel GSMH büyümesi ise 1998 yılında 9,3 iken, 1999'da düşmüş ancak 2003'te önemli bir yükseliş yakalamış ve büyümesini 2004 ve 2005'te de sürdürebilmiştir. TÜFE 1999 ve 2002 yıllarında düşmüş, diğer yıllarda da çok düşük oranda artmıştır. Kent ve kırsal kesim arasında kişi başına düşen gelirden önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bu fark 1998'de daha azken 2005 yılına gelindiğinde önemli oranda arttığı gözlenmiştir. İşsizlik oranı 2000 yılına değin sabitken, 2001 yılından itibaren artış gözlenmiştir.

Finansal göstergeler ülkenin ekonomik durumunu yansıtmada önem arz eden bir diğer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kur 1998'den 2004'e değin 8,3 RMB/Dolarda sabitlenmiştir. 2005'te ise 8,07 RMB/Dolara düşmüştür. Döviz

¹³¹China Radio International, "Çinli Ekonomi Uzmanları, Çin Ekonomisinin Gelişmesine Ölçülü Bir İyimserlikle Yaklaşıyor", 25 Ocak 2006, <http://tr.chinabroadcast.cn/1/2006/01/25/1@45867.htm> (28 Ocak 2006), s.1.

¹³² Bhattasali, a.g.e., p.32.

rezervlerinde 1998'den bu yana giderek artan bir hızla artış gözlenmiş, 2005 yılında bir önceki yıla göre %34 oranında bir artışla ülkenin döviz rezervleri 819 milyon Doları bulmuştur. Bütçe açığı ise 2002'ye kadar yükselmişse de 2003'ten itibaren düşmeye başlamış, 2004 yılında da düşmeye devam etmiştir. Dış borç tutarında 2000 yılındaki düşüş hariç, iç ve dış borç tutarları yükselmektedir. 2005 yılına ilişkin kesin veriler bulunmadığından bu yıllara ilişkin tutarlara yer verilmemiştir.

Tablo 13 : 1998-2005 Yılları Çin Halk Cumhuriyeti'nin Genel ve Finansal Göstergeleri

(Başka türlü belirtilmediyse tüm rakamlar milyar RMB veya % olarak belirtilmiştir)

Temel Göstergeler	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
GSMH	8.440,2	8.967,7	9.921,5	10.965,5	12.033,3	13.582,3	15.987,8	18.282,0
Reel GSMH Büyümesi %	9,3	7,8	7,6	8,4	9,1	10	10,1	9,9
TÜFE %	-0,8	-1,4	0,4	0,7	-0,8	1,2	3,9	1,8
Kişi Başı Gelir (Kent)	5.425,1	5.854,0	6.280,0	6.860,0	7.702,8	8.500,0	9.422,0	10.493,0
Kişi Başı Gelir (Kırsal Kesim)	2.162,0	2.210,4	2.253,4	2.366,4	2.475,6	2.622,0	2.936,0	3.255,0
İşsizlik Oranı (%)*	3,1	3,1	3,1	3,6	4,0	4,3	4,2	4,2
Finansal Göstergeler	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Kur (RMB/ ABD Doları)	8,28	8,28	8,28	8,28	8,28	8,28	8,28	8,07
Döviz Rezervleri (Milyar ABD Doları)	145,0	154,7	165,6	212,2	286,4	403,3	609,9	819
Bütçe Açığı	92,2	174,4	249,1	251,7	315,0	293,5	209,0	NA
İç borç (Hazine Bonosu)	331,1	371,5	418,0	460,4	567,9	615,4	687,9	NA
Dış Borç	146,0	151,8	145,7	170,1	171,4	196,3	228,6	NA

Kaynak: PRC National Bureau of Statistics (NBS), China Statistical Yearbook 2004; The People's Bank of China; <http://www.uschina.org/statistics/economy.html> 2006

* Resmi çalışma yaşının altındakiler ve göçmen nüfus hariç tutulmuştur.

NA : Mevcut Değil

2.2.1.1. Doğal Kaynaklar

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün temel hammaddesi olan pamuk üretiminde ilk sırada yer alan ÇHC tüketimiyle de dünyadaki hammadde fiyatlarını etkilemektedir. Tablo 14'te ÇHC ve Türkiye'nin dünya pamuk üretimi ve tüketimindeki yerleri verilmektedir. Gerek pamuk üretimi gerekse tüketiminde ilk sırada yer alan ÇHC'nin dünya toplam üretiminde 2000 yılındaki %21,4'lük payı 2005'te %25 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde Türkiye'nin dünya üretimindeki payı ise %4,1'den 2004 yılında %3,4'e düşmüş, 2005 yılında ise bu düzeyini korumuştur. Dünya tüketimindeki yerlerine bakıldığında da Çin tüketim oranlarının %25,6'lık düzeyinden %36,8'e, Türkiye'nin ise %5,3'lük düzeyinin %6'ya yükseldiği gözlenmektedir.

**Tablo 14 : 2000-2005 Yılları Dünya Pamuk Üretim ve Tüketimi
(Bin Ton)**

	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006
Üretim	18.869	21.281	19.150	20.469	25.958	22.998
ÇHC	4.050	5.320	4.920	4.860	6.320	5.750
ABD	3.788	4.396	3.733	3.963	5.008	4.404
Hindistan	2.380	2.686	2.312	3.009	3.944	3.145
Pakistan	1.730	1.702	1.610	1.600	2.415	2.210
Brezilya	900	764	848	1.150	1.392	1.250
Özbekistan	960	1.055	1.002	892	1.100	1.026
Türkiye	779	845	925	900	900	800
Tüketim	19.504	20.310	21.152	21.399	23.287	23.905
ÇHC	5.000	5.552	6.400	7.000	8.300	8.800
Hindistan	2.873	2.901	2.921	2.975	3.366	3.477
Pakistan	1.743	1.856	2.064	2.075	2.305	2.391
Türkiye	1.050	1.325	1.400	1.350	1.450	1.450
ABD	1.928	1.687	1.583	1.415	1.350	1.300
Brezilya	880	900	725	875	925	900

Kaynak: Cotton Outlook, www.cottoninc.com, 21 Mayıs 2006.

Sahip olduğu hidroelektrik güç potansiyeli ve kömür rezervleri açısından da ÇHC dünyada ilk sıradadır. Ülkenin toplam enerji ihtiyacının %70'i kömürden elde edilmektedir. ÇHC, halen ham petrol ihraç etmektedir. Doğal gaz rezervleri de henüz işler hale getirilmemiştir.¹³³ Ancak gerekli altyapı yetersizliği ÇHC'deki enerji kesintilerine neden olmakta, bu durum ÇHC için önemli bir handikap oluşturmaktadır.

2.2.1.2. Altyapı ve Teknoloji

Altyapıda ÇHC'nin en önemli problemleri ulaşım, ve haberleşmede yaşanmaktadır. Aynı zamanda sık sık enerji kesintileriyle karşılaşan ÇHC, bu tür istikrarsızlıklar nedeniyle müşteri kaybedebilmektedir.

Ulaştırma konusunda bir çok eksiği bulunan ÇHC, kalkınma planlarında bu konuya özellikle eğilmekte ve bu alanlarda yapılacak olan yatırımları desteklemektedir.¹³⁴

Teknoloji açığını kapatmak için ÇHC'nin uyguladığı en önemli strateji, doğrudan yabancı sermayelerini çekmek ve bu sayede gelişmiş yabancı teknolojileri de getirmek olmuştur. Böylece, teknolojik bilginin, fikirlerin, know – how ve yönetim yeteneğinin ülkeye getirilmesi ve hızla yayılması da sağlanmıştır.¹³⁵ Teknoloji açığını kapatmak için ÇHC'nin uyguladığı en önemli strateji, doğrudan yabancı sermayelerini çekmek ve bu sayede gelişmiş yabancı teknolojileri de getirmek olmuştur. Böylece, teknolojik bilginin, fikirlerin, know – how ve yönetim yeteneğinin ülkeye getirilmesi ve hızla yayılması da sağlanmıştır.¹³⁶

Türkiye ile kıyaslama yoluna gidildiğinde Türkiye'nin gerek dokuma kalitesi gerekse teknoloji açısından ÇHC'nin ilerisinde olduğu, ancak bazılarına göre teknolojiye ÇHC ile hemen hemen aynı düzeyde olduğu söylenebilir.¹³⁷

¹³³ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, **Dünya Ekonomisinin Yeni Sorunu: Çin Tehdidi**, Ankara: Ankara Ajans, 2004, s.10.

¹³⁴ Başlar, a.g.e., s.5.

¹³⁵ Chengze Simon Fan, “Çin Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Çekmede Neden Başarılıdır: İşlem Maliyetleri Yaklaşımı”, 1999, <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan99/cin.htm>, (1 Nisan 2005), s.1.

¹³⁶ Fan, a.g.e., s.1.

¹³⁷ Kanoğlu, a.g.e., s.44.

TGSD (Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği)'nin 2004 yılında yaptığı bir araştırmaya göre Türkiye'de tekstil ve konfeksiyon sanayii kuvvetli bir altyapıya sahiptir. Üretimde kullanılan ipliğin ve elde edilen dokuma ürünlerinin kaliteli ve kullanılan teknoloji seviyesinin yüksek olması, Türkiye'nin Çin ile rekabetinde kalite açısından yararlanacağı avantajlarıdır. Çin tekstil ve konfeksiyon sanayiinin alt yapısının ve dokuma kalitesi Türkiye ile aynı özellikleri göstermekle birlikte, iplik kalitesinin ve teknoloji seviyesinin Türkiye'ye göre göreceli düşüklüğü, düşük işgücü maliyeti ile yakaladığı avantajını biraz olsun azaltmaktadır.¹³⁸

2.2.1.3. Döviz

ÇHC'de yabancı döviz kuru sistemi, ilk olarak 1979 yılında girişimcilere, parasal kazançlarını ÇHC bankalarından geri alma hakkının tanınması ve ardından, yurtiçi kurumların planlanan ihracat kazançlarının %25'ine kadarını elde tutmalarına izin verilmesiyle serbest bırakılmıştır. 1981 yılında çifte döviz kuru sistemi, ticari muamelelerde kullanılmak üzere 1 Doları 1 Yuan'a eşleyen bir döviz kuru oranının belirlenmesiyle başlatılmıştır. Ancak 1986'da, 1994 yılına dek uygulamada kalacak, piyasada belirlenen değişim oranlarının ve resmi döviz kurlarının bir arada bulunduğu iki aşamalı sistem yürürlüğe girmiştir.¹³⁹

ÇHC ihracatını ilgilendiren önemli bir diğer durum para birimi Yuan'ın 1994'ten itibaren ABD Dolarına sabitlenmiş olmasıdır. Sabit kur sistemi 1 ABD Doları=8,3 Yuan olacak şekilde oluşturulmuştur. Günümüzde Yuan'ın %40 civarında eksik değerlenmesinin söz konusu olduğu hesaplanmaktadır. Böylece ÇHC ihracatı rakiplerine nazaran daha ucuz olmakta bu aynı zamanda ithalatı kısıtlayıcı bir etki yapmaktadır. Dolayısıyla, 2005 yılı Ağustos ayında dünya ülkelerinin yoğun baskısı sonucu Yuan'ın değerini %2,1 arttırmak zorunda kalmıştır.

Sektörün uluslararası piyasalarda rekabet gücünü belirleyen en önemli faktörlerden biri kuşkusuz döviz kurlarının gösterdiği seyirdir. Türkiye'de dalgalı kur rejimine bağlı olarak belirlenen döviz kurlarının yükselmemesi hammadde

¹³⁸ Dilber, a.g.e., s.95.

¹³⁹ Guobo Huang, Clement Yuk-Pang Wong, **Unification of China's Foreign Exchange Rates**, Oxford: Oxford University Press, 1996, p.42-57.

fiyatlarındaki artışlar ve ücret artışlarının sebep olduğu maliyet artışlarındaki baskıyı şiddetlendirmektedir.¹⁴⁰ Nitekim, ihracat hacminin reel döviz kuruna karşı duyarlılığının test edildiği bir çalışmada 1980-88 döneminde reel kurda görülen azalışın ihracat artışına katkısı %30 olarak hesaplanmıştır.¹⁴¹ Şu halde Yuan'ın eksik değerlendirilmiş olması ihracatını arttırıcı yönde yapacaktır.

2.2.1.4. Büyüme

Dışa açılım sürecinin başlatıldığı 1978 yılından bu yana ÇHC'de ekonomik kalkınmanın sağlanması için çeşitli politikalar belirlenmiştir. Beş Özel Ekonomik Bölgeye (Special Economic Zone- SEZ) vergi muafiyeti, düşük gümrük oranları, altyapı ve daha az bürokrasi gibi özel avantajlar sağlanmış, böylece yabancı sermaye ülkeye çekilmiş, büyüme politikası da ihracat ve tüketime dayandırılmıştır.¹⁴²

1978 yılında yürürlüğe konan ve bugüne dek süren ekonomik reformlar Çin'in hızlı ekonomik büyümesini sağlamıştır. 1979'da dünyanın dokuzuncu büyük ekonomisi olan ve 177 milyar Dolar GSYİH'ye sahip olan ÇHC ekonomisi 2004 yılında 1,588,10 milyar Dolar GSYİH'ye ulaşmış, ABD'nin ardından dünyanın ikinci büyük ekonomisi konumuna yükselmiştir.¹⁴³

Tablo 15'te ÇHC'nin son yıllardaki ekonomik büyümesine ilişkin veriler yer almaktadır. 2001'de ÇHC ekonomisi dünya ekonomisindeki yavaşlamaya rağmen %7,5 oranında büyümüştür. 2002'de de %8,3'lük bir büyüme kaydedilmiştir. 2003'te yılın ilk yarısında yaşanan SARS salgınına rağmen bu oran rekor bir büyüme rakamı % 9,5'e çıkmış, 2004'te de bu %9,5'lik artış oranı korunmuştur. Gerçekleşen toplam GSMH tutarı da 2001 yılı itibariyle 1.324,80 milyar Dolar düzeyindeki değerinden, 2005'te 2.224,8 milyar Dolara ulaşmıştır. Aynı tarihler itibariyle kişi başına düşen GSMH tutarı 1.038 Dolar değerinden istikrarlı bir yükselişle 1.703 Dolara çıkmış, bir önceki yıla nazaran %14,6 ve 2001 yılındaki değerine göre %64 artmıştır.

¹⁴⁰ DPT, **Dokuzuncu Kalkınma Planı Hazır Giyim ve Konfeksiyon Raporu**, Ankara, 2005, s.30.

¹⁴¹ Jeffrey Sachs (Ed.), **Developing Country Debt and World Economy**, Chicago and London: University of Chicago Press, 1989, p.89.

¹⁴² Atilla Başlar, a.g.e., s.2.

¹⁴³ Arısoy, a.g.e., s.13.

Tablo 15: 2001-2005 Yılları Çin Halk Cumhuriyeti Büyüme

YILLAR	2001	2002	2003	2004	2005
GSMH (Milyar\$) Bugünkü Fiyatlarla	1.324,80	1.453,80	1.641,00	1.931,60	2.224,80
Kişi Başına GSMH (\$)	1.038	1.132	1.270	1.486	1.703
Reel GSMH Büyüme Hızı(%)	7,5	8,3	9,5	9,5	9,0

Kaynak: Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, “Çin halk Cumhuriyeti”, Ülke Raporları, 2005, s.2.

Bu hızlı büyümeyi şekillendiren elementler arasında sermaye, yabancı sermaye, enerji ve teknoloji gibi standart üretim girdileri mevcudiyeti yanı sıra piyasa güçleri ve devlet müdahalesinin etkin bir kombinasyonuna dayalı bir ekonomik sistem ve sosyal gerilimlerin azaltılması veya politik sistemin üzerindeki yeterli kontrolle yatırım için istikrarlı bir çevre sayılabilir.¹⁴⁴

ÇHC’deki hızlı büyüme ve buna bağlı olarak yarattığı talep artışı dünya ekonomisini de etkilemektedir. Nitekim 2002-2004 yıllarında ÇHC tek başına dünya ticaretinde gösterilen büyümenin %30’unu oluşturmuştur. Konuya ilişkin Nicholas Lardy de, ÇHC’deki ekonomik büyüme özellikle 2002-2003 yıllarında ivme kazandığında demir madeni, bakır, nikel, yağ, soya ve tekstil hammaddesi pamuk gibi çeşitli ürünlerde çok ciddi talep patlamasına sebep olduğu, dolayısıyla da söz konusu ürünlerin gerek kendi gerekse deniz aşırı lojistik hizmetlerin fiyatlarında belirleyici rol oynadığına dikkat çekmektedir.¹⁴⁵

Ancak ÇHC bu denli yüksek büyüme oranları sergilerken bazı zayıf noktaları da ortaya çıkmıştır. Büyümenin, kaynaklardaki artış sonucu olduğu ortaya çıkmıştır. Örneğin ihracat gelirlerinin çok yüksek olmasına rağmen büyümeye katkısı ancak %35 olmuştur. Ayrıca büyümede sergilediği performansı verimlilik artışında gösterememiştir. Çok yüksek düzeyde yatırım yapılması, işletmeleri kapasitelerinin üstünde, verimliliği düşürücü yönde üretime yöneltmiştir.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Organisation For Economic Co-Operation and Development , **China In The 21st Century Long Term Global Implications**, Paris: OECD Publications, 1999, p.21.

¹⁴⁵ Hande D. Süzer, “Çin’le rekabetin Yolu Mal Satmaktan Geçiyor”, *Capital*, http://www.capital.com.tr/print.aspx?HBR_KOD=2043 , (1 Mart 2005), s.1.

¹⁴⁶ “Yeni Bir Süpergüç Doğuyor”, <http://www.harb-is.org.tr/media%5Caguarastirma.doc>, (1 Şubat 2006), s.1.

Türkiye’de ise daha önce de belirtildiği gibi 2005 yılında %5,5 olarak gerçekleşen GSYİH büyüme hızı 2002’den bu yana istikrarlı bir biçimde devam etmektedir.

2.2.1.5. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları

1978’den bu yana ÇHC’nin ekonomik büyümesindeki anahtar faktör, başarıyla yürüttüğü açık kapı politikası (Open Door Policy) olmuştur.¹⁴⁷ Çin reformlarla yatırım rejiminin de serbestleşmesini sağlamış ve önemli ölçüde sermaye yatırımı çekmeyi başarmıştır. 1978’de Çin ticareti ağırlıklı olarak, ihracatının %100’ünü gerçekleştiren merkez planlamadan etkilenmekteyken, 1992’de bu oran yalnızca %15 olarak gerçekleşmiştir.¹⁴⁸ DYS firmaları Çin’in düşük ücretlerinden ve ihracat teşviklerinden yararlanarak ihracata yönelik üretim yapmakta ve ülkenin ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir.

20 yılı aşkın bir süredir ÇHC yabancı yatırımları çekmek için hükümet politikalarını sürekli olarak yeniden düzenlemiştir. Yabancı sermaye çekmek için oluşturmuş olduğu üç politika şu şekilde özetlenebilir:

- Yabancı yatırımcıya yönelik ayrıcalıklı vergi düzenlemeleri
- Yabancı yatırımcılar için hazırlanmış esnek anlaşma formları
- Özel ekonomik alanların kurulması

Özellikle ilk iki maddede sayılan politikalar yatırım yapma maliyetlerini azaltmada önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Oluşturulan özel ekonomik alanlar, Çin’deki en önemli darboğazlardan biri olan enerji, ulaşım ve iletişim sorunlarına çözüm olmakta, buralarda gerçekleştirilen önemli altyapı yatırımları sayesinde yabancı yatırımcılar için de cazip birer merkez haline getirilmektedir.¹⁴⁹

¹⁴⁷ Y.Y.Kueh, “Foreign Direct Investment And Economic Change in China”, **China Quarterly**, No:131, 1992, p.637.

¹⁴⁸ Nicholas R. Lardy, **Foreign Trade and Economic Reform in China 1978-90**, Cambridge: Cambridge University Press, 1992, p.38.

¹⁴⁹ John T. Thoburn And Others, **Foreign Investment in China Under The Open Door Policy**, Hong Kong: Avebury, 1990, p.26.

ÇHC'deki yabancı fonların yarısından fazlası Hong Kong kaynaklıdır. İkinci en büyük yatırımcı ilke Tayvan'dan sonra ÇHC'ye yapılan yatırımların genel olarak ABD, Kanada, Tayland ve Avustralya'da yaşayan Çin kökenliler tarafından yapıldığı gözlenmektedir.¹⁵⁰

ÇHC'nin DTÖ üyeliğinin ardından ÇHC'ye yapılan yabancı yatırımlarda önemli bir artış görülmüş, ÇHC'deki yabancı yatırımlar 2002'de 53 milyar Dolara ulaşmış ve böylece dolaysız yabancı yatırımcı çekmede ABD'yi geride bırakarak ilk sıraya yükselmiştir.¹⁵¹ Aynı yıl yabancı yatırımcıların gerçekleştirdiği ihracat miktarı Çin'in toplam ihracatının yaklaşık %35'ini oluşturmuştur.¹⁵²

2004'te ÇHC 60,3 milyar Dolarlık yabancı yatırım çekerek faaliyet halindeki toplam yatırım stokunu 560 milyar Doların üzerine çıkarmıştır. ÇHC yabancı sermaye çekmede 2002'de yerleştiği ilk sıradaki yerini 2003 ve 2004 yıllarında da korumuştur.¹⁵³

2.2.1.6. İstihdam

ÇHC'nin en büyük ekonomik problemlerinin başında işsizlik ve gelir dağılımındaki dengesizlik gelmektedir. ÇHC'de 2004 yılında 1,3 milyar olan nüfusun yaş dağılımı şöyledir: 0-14 yaş: %23,1; 15-64 yaş: %69,5; 65 ve yukarı yaş: % 7,4.¹⁵⁴ Dolayısıyla yüksek popülasyon ve genç nüfus oranının yüksekliği işsizlik sorununu da beraberinde getirmektedir. Ancak, ÇHC'deki bu sınırsız işgücü arzı, aynı zamanda işgücü maliyetlerinde önemli bir avantaj sağlamak ve bu avantajın daha en az 20 yıl sürmesi beklenmektedir. Türkiye'de ise çalışma çağındaki 16-64 yaş grubundaki nüfus, %65 civarında iken 65 yaş üstü nüfusun toplam nüfusa oranı ise %6 civarındadır. Çin'de çalışma çağındaki nüfusun toplam nüfusa oranı Türkiye'ye nazaran daha yüksektir. Yüksek işgücü arzı işgücü maliyetlerini de düşürücü bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

¹⁵⁰ Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, **Çin Halk Cumhuriyeti Raporu**, Ankara, Ocak 2004, s.3.

¹⁵¹ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, a.g.e., s.14.

¹⁵² DTM, Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu, a.g.e., s.73.

¹⁵³ Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, **Çin Ülke Bülteni**, Haziran 2005, s.10-11.

¹⁵⁴ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, a.g.e., s.17.

ÇHC’de Kamu İktisadi Teşekkülleri (KİT’ler) 1995’e değin geçerli olan kurala binaen, sadece çalıştığı bölgedeki işçileri istihdam etmekte ve çalışanlarına ömür boyu istihdam garantisi vermektedir. Ancak 1995’te her iki uygulama da terk edilmiş, 1990’da kontratlı işçilerin oranı %30 iken 2000’de bu oran %90’a çıkmış, böylece yalnız %10’luk kesim ömür boyu istihdam garantisiyle çalışmaya devam etmiştir.¹⁵⁵

Reformlar sonucu tasfiye edilen verimsiz işletmelerden çıkarılan işçiler için sosyal güvenlik sistemi kurulmuş, böylece her yıl yaklaşık 5 milyon işsize destek sağlanması planlanmıştır.¹⁵⁶ Ancak bu durumun devlet bütçesinde sıkıntılara yol açtığını belirtmekte de yarar görmekteyim.

Reformların ardından ortaya çıkan önemli bir diğer gelişme ücretlendirme sisteminin değiştirilmesi olmuştur. Önceleri saat başı ücret ödenmekte iken, daha sonra ücretlerin üzerine parça başı prim verilerek verimliliğin artırılması sağlanmaya çalışılmıştır.

2.2.2.Sektörün Yapısal Değerlendirmesi

2001 yılında üyesi olduğu DTÖ anlaşmaları çerçevesinde 2002’den itibaren kademeli olarak kotaların kaldırılması sektörel bazda ÇHC ihracatının önemli ölçüde artmasına sebep olmuştur. Ancak yaşanan bu artışta Çin fiyatlarındaki keskin düşüşler de önemli rol oynamıştır. 2002 yılında ortalama Çin fiyatları %44’lük bir düşüş göstermiş, böylece metrekaşe başına 6,23 ABD Doları düzeyinden 3,37 ABD Doları düzeyine gerilemiştir.¹⁵⁷

2.2.2.1. Üretim

Dünyanın en büyük pamuk üreticisi olan ÇHC, hammaddeyi Türkiye’ye göre daha ucuza temin edebilmektedir. Ancak kalite açısından Türkiye Ege pamuğunun Çin’e göre daha kaliteli olduğu belirtilmelidir.

¹⁵⁵ Arı, a.g.e., s.100

¹⁵⁶ Başlar, a.g.e., s.4

¹⁵⁷ Amerikan Tekstil İmalatçıları Enstitüsü, “Dünya Tekstil ve Giyim Ticareti Üzerinde Çin Tehdidi”, **Tekstil İşveren Dergisi**, S.284, Ağustos 2003, s.52.

Samuelson'un da belirttiği üzere ÇHC'de üretim özellikle standart, kitle üretim tipi mallarda, emek yoğun sektörlerde ve daha az teknoloji gerektiren üretim alanlarında yoğunlaştırılmıştır.¹⁵⁸

1990'lı yılların sonunda Çin'in devlet mülkiyetindeki firmalara rekabet gücü kazandırmak amacıyla başlattığı endüstriyel yeniden yapılanma süreci, başta Japonya, Güney Kore ve Tayvan'dan olmak üzere büyük grupların Çin'de en son teknolojiye sahip yatırımlarında beklenmeyen ölçüde bir artışla birleşmiştir. Bu gruplar, ağırlıklı olarak Çin'de yatırım yapmak suretiyle üretim kapasitelerini artırmış ÇHC'nin sektör üretimini arttırıcı etkide bulunmuştur.¹⁵⁹

Üretim süreci kriterleri bazında Türkiye ile ÇHC kıyaslaması yapıldığında:¹⁶⁰

- 5 cepli klasik pantolon üretim zamanı Türkiye'de 22-30 dakikayken Çin'de 26-30 dakika,
- Gömlek üretim zamanı Türkiye'de 32-40 dakikayken Çin'de 30-42 dakika,
- Kazak üretim zamanı Türkiye'de 25-34 dakikayken Çin'de 24-38 dakika,
- Otomasyon ve bilgisayar destekli üretim Türkiye'de 15 iken Çin'de 10 birim,
- Kalite indeksi Türkiye'de 80 iken Çin'de 65-70 düzeyinde,
- Koleksiyon hazırlama Türkiye'de 30 iken Çin'de 25 birim düzeyinde,
- Verimlilik Türkiye'de yüzde 55-65 iken Çin'de yüzde 40-50 seviyesinde bulunuyor.

Görüldüğü üzere üretim süreci kriterlerine bakıldığında tekstil ve konfeksiyon sektöründe Türkiye'nin ÇHC ile rekabet etmesi mümkün görülmektedir. Üretim zamanları birbirine çok yakinken Türkiye otomasyon ve bilgisayar destekli üretimde,

¹⁵⁸ Ryuzo Sato, Rama V. Ramachandran and Kazuo Mino (Ed), **Global Competition and Integration**, Massachusets: Kluwer Academic Publishers, 1998, p.2.

¹⁵⁹ Ziya Altunyaldız, "Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Zorlaşan Uluslararası Rekabet Ve Çin Tehdidine Karşı Alınabilecek Tedbirler", **İGEME'den Bakış**, S.26, Ocak-Nisan 2004, s.32.

¹⁶⁰ "Dünyada Tekstil Sektörü", *Kobi Finans*, 2004, <http://www.kobifinans.com.tr/icerik.php?Article=894&Where=sektor&Category=&Topic=5> (12 Ekim 2004), s.1.

kalitede, koleksiyon hazırlama ve verimlilikte Çin'den üstün konumdadır.

2.2.2.2. Maliyetler

ÇHC'nin maliyetlerdeki üstünlüğü sektördeki rekabette en önemli avantajı olmuştur. Ancak bunun temelinde devlet tarafından verilen sübvansiyonlarla ÇHC'nin düşük değerli kur rejimi yer almaktadır. ÇHC'de devlet dünya çapında pazar payının genişletmek amacıyla mülkiyetindeki tekstil işletmelerini zararına çalıştırmakta ve ürünleri sübvansiyon etmektedir. Özel işletmeleriyse ihracat vergisi indirimleriyle teşvik etmektedir. Ayrıca AB tarafından hazırlanan bir raporda KDV'nin hiçbir zaman ödenmemesine rağmen indirim yapıldığı yer almaktadır.¹⁶¹

ÇHC hammadde maliyetleri 1980'li yıllarda dünya ortalamasının %65-70'i iken, 1990'lı yıllara gelindiğinde pamuk fiyatları dünya ortalamasıyla eşitlenmiş, ÇHC ise, maliyetlerdeki bu yükselişi, daha az kar ve daha düşük işçilik maliyetleri ile telafi yoluna gitmiştir.¹⁶²

Petrolde ÇHC de Türkiye gibi dışa bağımlılık arz etmektedir. 2003 yılı itibarıyla Japonya'yı da geride bırakarak ABD'den sonra dünyada en çok petrol tüketen ikinci ülke konumuna gelmiştir. Ancak akaryakıt üzerindeki vergi yükünün düşük olması enerji maliyetlerinde ÇHC'yi Türkiye'nin önüne geçirmektedir. Benzinin litre fiyatı Türkiye'ye nazaran % 275 oranda daha ucuza satılmaktadır.

Enerji üretiminin %72 sini kömür ile çalışan termik santrallerden karşılayan ÇHC, aynı zamanda dünyanın en büyük kömür üreticisidir. Elektrik enerjisi Türkiye'ye oranla %134, doğalgaz ise %38 daha ucuza satılmaktadır.¹⁶³

İşçilik maliyetleri açısından ÇHC ile Türkiye'yi karşılaştırdığımızda arada ÇHC lehine önemli bir fark bulunmaktadır. Her ne kadar Şubat 2001 devalüasyonu ardından Türkiye'de işgücü maliyetlerinin düşmüş olsa da ÇHC ile rekabet edecek düzeye inmemiştir. ÇHC'de 0,35 Dolar/saat olan konfeksiyon işçiliği, Türkiye'de 1,15

¹⁶¹ Uzay, a.g.e., s.60.

¹⁶² Arı, a.g.e., s.96.

¹⁶³ Arısoy, a.g.e., s.13.

Dolar/saat'tir. Ayrıca ÇHC'de çalışma saatleri ortalama 18 saat iken Türkiye'de 8 saattir ve 8 saatin üzerindeki çalışma Türkiye'de %20'lere varan mesai maliyetine sebep olmaktadır.¹⁶⁴

İşgücü verimliliği açısından baktığımızda ise Türkiye'nin ÇHC'ye nazaran daha avantajlı olduğu söylenebilir. Tekstil üretiminde 1985'te Türkiye'nin ÇHC'den yaklaşık 3 kat daha fazla katma değer yarattığı 1999 yılında ise bu oranın yaklaşık 5 kata çıktığı gözlenmektedir. Ayrıca konfeksiyon üretiminde de 1998 yılı itibariyle Türkiye'nin ÇHC'den 5 kat daha fazla işgücü verimliliğine sahip olduğu görülmektedir.¹⁶⁵ Tüm bu verilere rağmen ÇHC'de uzmanlaşma ve yabancı sermaye yatırımlarının sağladığı teknolojiye bağlı olarak işgücü verimliliğinin gittikçe arttığı belirtilmelidir.

Tablo 16: 2003 Yılı Türkiye ve Çin'de Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Üretim Maliyetleri Karşılaştırması

	Arsa Fiyatı Dolar/m ²	İnşaat Maliyeti Dolar/m ²	Elektrik Cent/kwh	Su Cent/m ³	Nakliye Dolar/ton	İşçi Ücreti Dolar/saat	Maliyet ABD=100
Türkiye	30	500	3,8	95	1600	2,14	51-53
Çin	5	300-400	2,1	45	2200	0,61	33-35

Kaynak: Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Türk Hazır Giyim Sektörü Ufuk 2010 Yol Haritası Global Hedefler ve Politikalar, İstanbul, 2004, s.20-21.

2.2.2.3. Vergi ve Teşvik Politikaları

ÇHC'de vergi bakımından en avantajlı olanlar, çok ortaklı şirketlerdir. 1996'dan önce kurulan şirketler için geçerli olan kurala göre şirketler ilk 2 yıl vergi ödemez, sonraki 3 yıl ise oluşan yükümlülüğün yarısını ödemektedir.

Katma Değer Vergisi uygulaması, 1994'te %17'lik bir oranla başlamış aynı yıl bu oran %14'e düşürülmüştür. İhracatta da vergi iadesi sistemi mevcuttur.

¹⁶⁴ Sema Mergen ve Ayşegül Müftüoğlu, **Tekstil Konfeksiyon ve Ayakkabı**, Garanti Bankası Kredi Politikaları Müdürlüğü, İstanbul, 2004, s.22.

¹⁶⁵ Arı, a.g.e., s.113.

Yatırım teşviklerine bakıldığında da ÇHC'nin yabancı yatırımları çekmedeki başarısı oldukça anlamlı görülmektedir. ÇHC'de yabancı yatırımcılar için sağlanan teşvikler¹⁶⁶:

- Yatırım için bedelsiz arsa,
- Fabrika binasının yerel yönetimlerce verilmesi veya finanse edilmesi
- Yatırım tutarı için uzun vadeli faizsiz kredi verilmesi (10 yıl)
- İşletme kredisi için kolaylıkla çok düşük faizli kredi (%1) sağlanması
- Ucuz enerji (1-3 cent/kwh) ve ucuz veya bedelsiz su temini

ÇHC'de yabancı yatırımcılara sağlanan teşviklerle Türkiye'nin durumunu kıyaslamak istersek ÇHC'nin bu konuda oldukça avantajlı olduğunu tespit etmek zor olmayacaktır. Yatırım için Türkiye'de bedelsiz arsa temini mümkün değildir. Kısa vadeli kredi faizleri oldukça yüksektir ve orta ve uzun vadeli kredi imkanının ÇHC'yle kıyaslanamayacak düzeyde oluşu ÇHC lehine bir durum sergilemektedir. Enerji maliyetleri açısından da Türkiye 9 cent/kwh ile dünya çapında en yüksek maliyetlere sahip ülkelerden biridir. Keza su maliyetlerine bakıldığında da maliyetlerin ÇHC'ye kıyasla oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum da Çin'in devlet politikalarının sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

¹⁶⁶ Bülent Başer, "Uzakdoğu'nun haksız Rekabetine Karşı Alınacak Tedbirler", **2004 Antalya Semineri**, Antalya, 24-27 Nisan 2004, s.214.

3. BÖLÜM

TÜRKİYENİN TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRAÇ PAZARLARINDA ÇİN HALK CUMHURİYETİ İHRACATI VE TÜRKİYE İHRACATINA ETKİLERİ

Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı gelişim sürecine bakıldığında en önemli pazarın AB olduğu görülmektedir. AB Türkiye için geleneksel ihraç pazarı olmakla birlikte son yıllarda toplam sektör ihracatı içindeki payının düşmekte olduğu gözlenmektedir. Buna rağmen halihazırda Türkiye'nin sektörde en fazla ihracat yaptığı pazar olma özelliğini korumaktadır.

AB'den sonra Türkiye'nin önemli bir diğer ihraç pazarı ABD'dir. Coğrafi uzaklığına rağmen Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatında ikinci sırada yer alarak, ABD de halen önemini koruyan bir diğer pazar olmuştur.

ÇHC ise 1978 yılında başlayan dışa açılım ve reform sürecinde önemli atılımlar gerçekleştirmiş ve dünya ticaretinin başrol oyuncularından biri haline gelmiştir. 2001 yılında gerçekleştirdiği DTÖ üyeliği ve 2005 yılında kotaların tamamen kalkması, Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatının önemli bir kısmını oluşturan AB pazarında ÇHC'nin konumunu daha da güçlendirmiştir.

1978'de, ekonomik reformlar başladığında tekstil ihracatı hazır giyim ihracatından daha ön planda iken, 1997'den itibaren bu denge hazır giyim lehine değişmiştir. Halen ÇHC'de hazır giyim ihracatı tekstil ihracatından çok daha ön plandadır. Bunun temel nedeni ise hazır giyim endüstrisinin ÇHC'nin rekabette en önemli avantajı olan emek yoğun özelliğidir.

Dünya hazır giyim ticaretindeki yerine baktığımızda ÇHC'nin payı 1980 yılında %4'lük bir düzeyde iken 1990'da bu oranın %8,9 düzeyine çıktığını, 2000 yılında %18,3 ve 2002 yılında %20,6 seviyesine çıktığı görülmektedir. Ancak aynı yıllarda Türkiye'nin sektörde dünya ihracatındaki payı incelendiğinde 1980 yılındaki %0,3'lük oranın 1990'da %3,1'e çıktığını ancak 2000'de ÇHC'ye nazaran son derece

düşük bir artışla %3,3 seviyesine yükseldiği 2002’de ise ancak %4 seviyesine gelebildiği izlenmektedir.¹⁶⁷

Her ne kadar 1990-1995 yılları arası Türkiye hazır giyim ihracatı yaklaşık %100’lük bir artışla 1995 yılında 6 milyar 119 milyon seviyesine yükselmişse de 1995-2001 arası Türkiye hazır giyim ihracatı durağanlaşmış ve neredeyse 6 milyar Dolar seviyesinde sabitlenmiştir.

Ancak 2002 yılında sektördeki ihracat tutarı 8 milyar 57 milyon Dolar seviyesine çıkmış, aynı dönemdeki ÇHC hazır giyim ihracatı ise 9 milyar 669 milyon Dolar düzeyinden sürekli artış göstererek, 41 milyar 332 milyon seviyesine yükselmiştir.¹⁶⁸

2001 yılında kota uygulaması kaldırılan kategorilerde, 2002 yılı itibariyle ÇHC tekstil ve konfeksiyon ihracatına bakıldığında toplamda ÇHC’nin ihracatının 2001 yılına göre miktar olarak %192 ve değer olarak da %46 arttığı gözlenmiştir.¹⁶⁹

2003 yılında 52 milyar Dolarlık konfeksiyon ihracatı gerçekleştiren ÇHC bu sektördeki pazar payını %23’e, tekstil ticaretindeki payını ise %16’ya yükseltmiştir.¹⁷⁰

3.1. Sektörde Türkiye – Çin Rekabeti

Tekstil ve konfeksiyon sektörü rekabet gücü belirleyicileri, globalleşme ve liberalleşme rüzgarlarıyla birlikte farklılaşmıştır. Daha önce bu unsurlar “*kalite, fiyat ve hız*” olarak sıralanmakta iken değişen koşullarla birlikte fiyatın daha alt sıralara düşeceği, buna karşın kalite ve hızla birlikte “*moda-koleksiyon, tecrübe, esneklik ve bilgi teknolojileri*”nin öneminin artacağı öngörülmektedir.¹⁷¹

¹⁶⁷ Arı, a.g.e., s.201.

¹⁶⁸ Almanya’nın Sesi Radyosu, “Çin’den Avrupa’ya Tekstil İhracatındaki Patlama Türk Tekstilini de Etkilemeye Devam Ediyor”, <http://www.byegm.gov.tr/YAYINLARIMIZ/DISBASIN/2005/09/29x09x05.htm>, (29.09.2005), s.1.

¹⁶⁹ Işık Tarakçıoğlu, “Avrupa Birliği Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiini Harcıyor mu?”, **Tekstil İşveren**, S.287, Kasım 2003, s.41.

¹⁷⁰ Kübra Varol, “Tekstilde Kotasız Dönem Başlarken Çin ‘İmparatorluğunu’ Genişletme Yolunda”, **Activeline**, Ocak 2005, s.5.

¹⁷¹ DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Tekstil ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, 2001, s.233.

Sektördeki bu rekabet kriterleri bağlamında, Türkiye ve ÇHC'nin güçlü ve zayıf olduğu yönlerini belirlemek gereklidir. Böylece Türkiye ihracatında ÇHC etkisinin kaynakları ve geleceğine ilişkin kestirimlerde bulunulabilecektir. Türkiye'nin birinci ve ikinci bölümlerde detaylı olarak incelenen gerek ülke ekonomisi, gerekse sektör yapısına ilişkin güçlü ve zayıf yönleri şu şekilde özetlenebilir :

Türkiye'nin Güçlü Yönleri:

- *Temel hammaddeler açısından zenginlik:* 900 bin ton civarında pamuk üretimi ile dünyanın 6. büyük pamuk üreticisi olması ve hatırı sayılır düzeyde suni ve sentetik elyaf üretimiyle temel hammaddeler açısından zengin olduğu söylenebilir.
- *Ana pazarlara coğrafi yakınlık:* Türkiye başta Avrupa olmak üzere pek çok pazara coğrafi yakınlığı nedeniyle, gerek teslim süresi, gerekse taşıma maliyetlerinde avantaj sağlayabilmektedir.
- *Kısa termin süresi:* Türkiye özellikle teslim zamanındaki başarısıyla önemli bir üstünlüğe sahiptir. Özellikle düşük partili ve kısa teslim süresiyle ithalat yapan Avrupa ülkelerinde, bu özelliği, Türkiye'yi ayrıcalıklı kılmaktadır
- *Üretimde esneklik:* Esnek üretim sistemleri, ürün çeşitlendirmesi yapılmasında firmalara olanak sağladığı gibi sektörde özellikle kişiye özel üretim önem kazandığı son dönemlerde ortaya çıkan rekabet gücü kriterlerinden en önemlileri arasında yer almaktadır.¹⁷²
- Moda, tasarım , yenilik yaratma kabiliyeti,
- Gelişmiş ve çok yönlü bir dokuma sanayii ve sektörel tecrübe,
- Kalite, çevre ve insan sağlığına önem verilmesi ile işçilerin çalışma koşulları konusunda hassasiyet.

¹⁷² David T Parkes, "Turkey : 2005 An Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry", England: Dyehouse Solutions International, Jan 2005, p.47.

Türkiye'nin Zayıf Yönleri:

- *İhracatta pazar çeşitlendirmesine gidilememiş olması:* Türkiye'nin en önemli pazarları Avrupa ve ABD olmakla beraber, Türkiye ihracatında özellikle Avrupa'ya bağımlı durumdadır. Bu durum Türkiye'nin geleceğine ilişkin risk unsurları taşımakta ve Avrupa'da tüketici harcamalarında gözlenen durağanlık, gelecekte Türkiye'nin bu konuda sıkıntı yaşayabileceğinin göstergesi olarak kabul edilmektedir.

- *Maliyetlerde artış:* Özellikle son yıllarda işgücü , hammadde ve enerji maliyetlerinde önemli oranlarda yükseliş gözlenmiştir.

- *Bürokratik ve hukuki sorunlar:* Bürokratik mevzuatın ağırlığı, hukuki altyapı eksikliği, fikri mülkiyet haklarının korunmasındaki hukuki boşluk Türkiye rekabet gücünü kısıtlayıcı etkenlerdendir.

- *Pazarlama Sorunları:* Sektörün genellikle KOBİ'lerden oluşması pazarlama ve tutundurma faaliyetlerindeki başarısını kısıtlamaktadır. Ayrıca her ne kadar kalite açısından önemli iyileştirmelerde bulunulduysa da yeterince başarılı olunamamıştır.¹⁷³

- *Plansız Büyüme ve Yatırımlar:* Özellikle Gümrük Birliği'ne üyeliğin ardından ihracatın artacağı beklentisiyle sektörde aşırı yatırım yapılmış ve bu durum aşırı kapasite ve verimsizlikle birlikte finansal problemlerin de derinleşmesine neden olmuştur.¹⁷⁴

- Kayıt dışı ekonominin büyüklüğü,
- AR-GE eksikliği ve uluslararası AR-GE fonlarından yararlanamama
- Teknoloji üretememe, üretim süreçlerinde teknoloji eksikliği

¹⁷³ Güler Aras, **Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği Finansal Yaklaşım**, İstanbul: Om Yayınevi, 2006, s.175.

¹⁷⁴ Aras, a.g.e., s.174.

Türkiye için durum böyle iken, Çin'in güçlü ve zayıf yönlerini şu şekilde özetlemek mümkündür:

Çin Halk Cumhuriyeti'nin Güçlü Yönleri:

- *Düşük hammadde ve ücret düzeyi:* Çin'in ihracatta başlıca rekabet üstünlüğü maliyet yapısından kaynaklanmaktadır. Sınırsız işgücü ve istihdam düzeyi maliyet avantajı elde etmesinde en büyük etkidir. İstihdam edilebilecek kişi sayısının yüksek oluşu nedeniyle, ücret artışlarının dengelenmesi de mümkün olacaktır.
- *Hammadde alımında fiyat belirleyici oluşu:* Lider konumda olacak büyüklükte alım yapması da Çin için maliyetleri düşürücü etki yapmaktadır.
- *Politik stabilite ve hükümet desteği:* Devlet tekstil ve konfeksiyon ihracatının geliştirilmesi için çeşitli yardımlar, vergi indirimleri ve muafiyetler gibi teşvik edici bir politikalar yürütmektedir. Ayrıca politik stabilite yabancı yatırımların çekilmesinde de etkili olmaktadır.
- *Yabancı yatırımları çekmesindeki başarısı:* Çin gerek maliyet avantajı, gerekse devletin teşvik edici politikası nedeniyle yabancı yatırımları çekmede başarılı olmuştur. Endüstride ülke yabancı yatırımcıların özellikle pazarlama, yönetim ve finans alanındaki yeteneklerinden faydalanmakta, yanı sıra bu yatırımcıların teknolojik üstünlükleri ve AR-GE çalışmaları sayesinde teknoloji düzeyini de giderek arttırmaktadır.
- Avrupa ve Amerika ülkelerinin Çin ve Hindistan gibi ülkeleri üretim için kullanarak yüksek kar sağlamaları,
- Çin'in başka ülkelerde (Vietnam, Moğolistan, Afrika gibi) imalat yatırımlarına başlamış olması.

Çin Halk Cumhuriyeti'nin Zayıf Olduğu Yönler:

- *Endüstride büyümenin kazanç maliyetleriyle sağlanması:* Büyümenin kazanç maliyetleriyle sağlanması yüksek oranda ithalat yapılmasını gerekli kılmaktadır.¹⁷⁵
- *Çin modelinin sürdürülebilir olmaması:* Kapalı ekonomi ve komünist yönetim altında kapitalist düzen nedeniyle liberal ekonomi koşullarında uzun dönemde güçlükler yaşanabilir.¹⁷⁶
- Ülke iç pazarının ihracat fiyatlarıyla büyümekte oluşu
- Para biriminde devalüasyon eğilimi
- İhracatçı ülkelerin kendi özel ihtiyaçları nedeniyle ihracatı kısımları nedeniyle darboğazların oluşabilecek olması.

Burada, her iki ülkenin de sektördeki rekabet güçlerinin anlaşılması için kıyaslamalı bir tabloya yer vermek daha etkili olacaktır. Tablo17'de de görüldüğü üzere ÇHC arsa fiyatı, inşaat, elektrik ve su fiyatlarında önemli rekabet avantajına sahiptir. Ayrıca ihracat rakamlarının da hayli yüksek olduğu aşıkardır. Buna karşın pazarlama faaliyetlerinde Türkiye kuvvetli iken ÇHC'nin orta düzeyde değerlendirilmektedir. Konfeksiyon ile işbirliği açısından da Türkiye çok kuvvetli iken ÇHC'nin tam tersi çok zayıf olduğu görülmektedir. İplik düzgünsüzlüğünde de Türkiye Çin'e nazaran daha iyi durumdadır. Buna karşın kalifiye eleman bulunabilirliği, teslim süreleri, fabrika ölçeği ve teknoloji düzeyi, ve maliyette rekabet edebilirlik kriterlerinde her iki ülke avantajının da başa baş durumda olduğu tespit edilmiştir.

¹⁷⁵ U. Hartman, "Tekstil Endüstrisine Global Bir Bakış", **X. Uluslar arası Tekstil ve Hazır Giyim Sempozyumu**, İzmir, 27-30 Ekim 2004, s.16.

¹⁷⁶ Hartman, a.g.e., s.16.

Tablo 17: 2003 Yılı Türkiye Tekstil Sanayii Rekabet Gücünün Çin ile Karşılaştırılması

KRİTERLER	TÜRKİYE	ÇİN
Arsa Fiyatı (ABD \$/m ²)	30	5
İnşaat (ABD \$/m ²)	500	300-400
Elektrik (cent/kwh)	8,8	5
Su (cent/m ³)	95	45
Nakliyat ABD \$	1600	2400
İşçi Ücreti (ABD Doları/saat)	2,14	0,61
Yıllık Çalışma Saati	2231	2180
Tekstil İhracatı (Milyon ABD Doları)	2450	12112
Kalifiye Eleman Bulunabilirliği (1-5)	1	1
Fabrika Organizasyonu	iyi	yeterli
Teslim Zamanı (Hafta)	3-4	2-4
Pazarlama	kuvvetli	orta
Konfeksiyon ile işbirliği	çok kuvvetli	çok zayıf
Teknoloji seviyesi (%)	70-80	70-80
Maliyet Rekabet Edebilirlik	çok	çok

Kaynak: DPT; Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayi Değerlendirme Raporu, İstanbul, 2004, s.20-21.

Tablo 18’de verilen altyapı kıyaslamasında iki ülkenin birbirine yakın olduğu görülmektedir. Tekstil sektörü ile işbirliğinde ÇHC Türkiye kadar olmasa da kuvvetli bir konumdadır. Ayrıca iplik kalitesi ve teknoloji düzeylerinde de aralarında belirgin farklar bulunmamaktadır. Bu kriterler haricinde tabloda yer alan diğer kriterlerde de eş düzeylerde olduğu görülmektedir. Genel olarak bu faktörler toplamına bakıldığında Türkiye’nin altyapıda biraz daha avantajlı olduğu söylenebilir.

Yalnız burada ÇHC’nin DYS çekmedeki başarısı ve oluşturduğu özellikli bölgelerdeki altyapı yatırımlarının katkısından bahsetmek gereklidir. Bu yatırımlar sayesinde ÇHC altyapı yatırımlarını tamamlamakta, avantajını sürekli olarak arttırmaktadır.¹⁷⁷

¹⁷⁷ Fan, a.g.e., p.1.

Tablo 18: 2003 Yılı Türkiye ve Çin’de Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Alt Yapısının Karşılaştırmalı İncelenmesi

	Tekstil Sektörü ile İşbirliği ve Alt yapısı	İplik Kalitesi	Dokuma Kalitesi	Teknoloji Seviyesi	Fabrika Ölçeği
TÜRKİYE	Çok kuvvetli	iyi	70-80	80-90	Orta ekonomik ölçek
ÇİN	Kuvvetli	Orta/iyi	70-80	60-70	Orta ekonomik ölçek

Kaynak : Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayi Değerlendirme Raporu, İstanbul, 2004, s.13-14

Tablo 19’da da pazarlama süreci kriterlerine yer verilmiştir. Görüldüğü üzere pazarlama süreci kriterlerinde de her iki ülke yakın değerlere sahip olsa da bazı faktörlerde farklılıklar gözlenmektedir. Teslimat başarısı Türkiye için %90 iken ÇHC için %70’tir. Türkiye ihracatında doğrudan perakendeciye satış düzeyi artmaktayken ÇHC’nin bu hususta çok yeni oluşu da Türkiye’yi daha avantajlı duruma getirmektedir.

Tablo 19: 2003 Yılı Türkiye ve Çin’de Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Pazarlama Süreci Kriterleri

	Pazarlama	Teslim zamanı	Teslimat başarısı	Koleksiyon başarısı	Perakendeciye doğrudan satış	Mağazacılık
TÜRKİYE	güçlü	3-4 hafta	%90	Çıkış trendi içinde	artıyor	artıyor
ÇİN	güçlü	3-5 hafta	%70	Çıkış trendi içinde	Çok yeni	yok

Kaynak : Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayi Değerlendirme Raporu, İstanbul, 2004, s.13-14.

Bu arada Çin ihracatına ilişkin haksız rekabet koşullarına da değinmek gereklidir. Çin’de üretim sürecinde hemen hemen hiçbir kurala uyulmamaktadır. Örneğin, üretimde çocuk işçi çalıştırılmakta, üretim sırasında çevre kirlenmesinin önlenmesi, çalışma güvenliğinin artırılması konularında tedbir alınmamaktadır. Ayrıca, işgücü ve hammadde fiyatlarının çok ucuz olmasının yanında, ihracatçı firmalar Çin hükümeti tarafından ihracat hibeleriyle desteklenmektedir. Diğer yandan, Çin’de sermaye hareketleri serbest değildir ve Çin’in para birimi Yuan’ın değeri uluslararası piyasalarda serbestçe belirlenmemektedir. Böylece Çin para biriminin değerini düşürerek rekabet gücünü arttırabilmektedir.¹⁷⁸

¹⁷⁸ Eyüp Bastı, “Türkiye Tekstil Sektörünün Çin İle Sınavı”, **Dünya Gazetesi**, 23 Haziran 2005, s.7.

Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu durum da Türkiye tekstil sektörü için bazı dezavantajları içermektedir. Yurtiçi faiz oranlarının yüksek seyretmesi ve yabancı sermaye girişlerinin artması Türk Lirası'nın reel olarak değerlendirilmesine sebep olmuştur. Bu durum, Türk tekstil ürünlerinin yurtiçi ve yurtdışında göreceli olarak pahalılaşmasına yol açarak, parasının değerini bilinçli olarak düşük tutan Çin'e karşı ilave zorluklara neden olmaktadır.¹⁷⁹

3.2. Karşılaştırmalı İhracat Analizi

Çin ihracatının Türkiye'ye etkilerini incelerken karşılaştırmalı olarak ihracatlarını analiz etmek ve ona göre durum değerlendirmesi yapmak gereklidir. Bu kısımda her iki ülke ihracatı da eş zamanlı olarak değerlendirilecek, karşılaştırmalı olarak elde edilen değerler sunulacaktır.

3.2.1. Avrupa Birliği Pazarında Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye İhracatı

AB, doğum oranı düşen, bununla birlikte, hızla yaşlanan bir nüfusa sahiptir. 20 yaş altı nüfus azalırken, 40 yaş üstü nüfus da hızla artmaktadır. Kişi başına düşen gelir ve buna bağlı olarak yaşam standartlarının çok yüksek olması AB'nin dünyanın en büyük tekstil ve hazır giyim pazarı olmasını sağlamıştır.¹⁸⁰

Yaşlanan AB nüfusunun tüketici talepleri de buna göre değişmekte, bu nüfusun refah seviyesi gibi satın alma gücü de artmaktadır. Refah artışıyla birlikte daha yüksek fiyatlı mallara olan talep, diğer malların talep artışının üzerinde gerçekleşmektedir.¹⁸¹

Giyim kişiliğin bir ifadesi olarak, kişinin yaşam biçimini vurgulamaktadır. AB'de de bireyselleşme duygusunun gelişmesi kendini ifade etmeye yönelik olan ürünlerde talebi arttırmaktadır. Kendini ifade etme kaygısı duymayanlar için ise ürünün ucuz olması öncelikli kriter olmaktadır.¹⁸²

¹⁷⁹ Bastı, a.g.e., s.7.

¹⁸⁰ Sevim, Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkanları, a.g.e., s.20.

¹⁸¹ TGSD, **Türk Hazır Giyim Sektörü** **Ufuk 2010 Yol Haritası Global Hedefler ve Politikalar**, İstanbul, 2004, s.147.

¹⁸² Sevim, Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkanları, a.g.e., s.21.

Türkiye, geleneksel pazarı olarak tabir edilen AB’de, ÇHC’ye karşı coğrafi yakınlık avantajına sahiptir. Aynı zamanda esnek üretim kabiliyeti, hızlı teslimat ve değişen talebe anında cevap verebilme özellikleriyle de ÇHC’ye karşı rekabet avantajı elde edebilmektedir. Buna rağmen ÇHC’nin maliyetler ve teşvik politikasındaki üstünlüğüyle yabancı yatırımları çekmedeki başarısı, Türkiye’nin karşısına önemli bir rakip olarak çıkmasına sebep olmaktadır.

Türkiye’de tekstile oranla hazır giyim sektörünün daha olumsuz yönde etkilenmesi beklenmektedir. ÇHC’nin DTÖ üyeliğiyle birlikte kotaların kalkmasının ardından AB giyim sektöründeki pazar payının %18’den %29’a yükselirken, Türkiye’nin pazar payının yaklaşık %9’dan %6’ya gerileyeceği tahmin edilmektedir.¹⁸³

Türkiye’nin AB pazarında en önemli avantajları, coğrafi yakınlık, gümrüksüz ulaşım, diğer pek çok ülkeye nispeten düşük ücret düzeyi ve AB’nin yüksek kaliteli mallar talep etmesidir. Özellikle talebe hızlı cevap verilmesinin gerektiği kısa dönem için moda ürünler ve esnek üretim şekillerinin söz konusu olduğu durumlarda AB piyasalarına yakınlık Türkiye için önemli bir rekabet avantajı haline gelecektir.¹⁸⁴

3.2.1.1. Çin’in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Öncesi Avrupa Birliği’ne İhracat

Tekstil ve konfeksiyon ihracatında 1996 yılında Türkiye’nin Gümrük Birliği üyeliğinin yürürlüğe girmesi, Türkiye’ye önemli bir avantaj sağlamış ancak daha önce de belirtildiği üzere beklenen düzeyde bir ihracat artışı yaratmamıştır. AB ile Gümrük Birliği üyelik anlaşması nedeniyle Türkiye’de tarife oranlarını %3,6’ya düşürmüş, kota uygulamasını kaldırmıştır.¹⁸⁵ Buna karşılık ÇHC’ye kota uygulaması yürürlüktedir. AB ÇHC’ye hazır giyimde 21, tekstilde ise 29 kategoride kota uygulamaktadır. 21 kategoride AB’nin Çin’e uyguladığı kotaların kullanım oranı %90’ın üzerindedir ve bu

¹⁸³ Nordas, a.g.e., p.28.

¹⁸⁴ Institut Francais De La Mode (IFM) and Partners, **Study On The Implications Of The 2005 Trade Liberalization In The Textile And Clothing Sector**, Consolidated Report, Part 1, Paris, February 2004, p.228.

¹⁸⁵ Parkes, International Textile Conference, a.g.e., p.15.

kategoriler arasında dokuma erkek şort ve pantolonları, erkek gömleği, kadın bluzu, iç çamaşırı kategorilerinin kullanım oranları %98'in üzerinde gerçekleşmiştir.¹⁸⁶

1993-2000 yılları arasında Türkiye'nin AB ihracatına baktığımızda 1993'te 3,8 milyar Dolarlık tekstil ve konfeksiyon ihracatının yıllık ortalama %8'lik bir artışla 2000 yılında 6,4 milyar Dolara ulaştığını görülmektedir. Bu dönemde AB pazarında özellikle Almanya pazarına yapılan ihracatta önemli artış gözlenmiştir. 1999 yılındaki artış 1992'ye nazaran yaklaşık %50 oranında gerçekleşmiştir. Ancak bu dönemde ÇHC ihracatının seyri de dikkate değerdir. Her ne kadar 1995 yılında Gümrük Birliği üyeliği nedeniyle AB'nin Türkiye'ye uygulamakta olduğu kotalar kaldırılmışsa da kota uygulamasına rağmen ÇHC'nin pazara ihracatını yüksek oranlarda arttırması dikkat çekici bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır.¹⁸⁷

1999 yılında Euro'ya geçişle birlikte sıkı para politikası uygulanmaya başlanmış ve bu Türkiye ihracatı için yeni sorunlara sebep olmuştur. Bu durum ise Türkiye'nin Avrupa pazarına fazla yüklendiğinin, bu sorunların çözümünün pazar çeşitlendirmesi olabileceğinin göstergesidir.¹⁸⁸

3.2.1.1.1. Tekstil

Tekstil ihracat verilerine bakıldığında AB pazarında DTÖ öncesi dönemde ÇHC'nin önemli bir pazar payına sahip olduğu gözlenmektedir. 1996'da Gümrük Birliği üyeliğinin yürürlüğe girmesiyle Türkiye AB pazar payında ÇHC'nin önüne geçmişse de 2000 yılında ÇHC tekrar Türkiye'nin önüne geçmiş ve AB pazarında ilk sıradaki yerini almıştır.

AB pazarı Türkiye'nin tekstilde en çok ihracat yaptığı pazardır. 1996-2000 yılları arasında Türkiye ihracatı içinde AB ülkelerinin payında önemli bir değişiklik olmamıştır. Türkiye tekstil ihracatının aşağı yukarı %63'lük kısmı anılan dönemde AB ülkelerine gerçekleştirilmiştir. Orta ve Doğu Avrupa ile BDT (Bağımsız Devletler Topluluğu) pazarlarında 1990'lı yılların ortalarında çıkan olumlu gelişmeler nedeniyle

¹⁸⁶ Başlar, a.g.e., s.20.

¹⁸⁷ Başlar, a.g.e., s.21

¹⁸⁸ Ercan, a.g.e., s.2.

Türkiye'nin bu bölgelere olan tekstil ihracatı artmış, fakat 1997 Rusya krizi sonrasında ise azalmaya başlamıştır.¹⁸⁹

Tablo 20'de 1998-2000 döneminde AB'nin Birlik dışı ülkelerden tekstil ithalatı yer almaktadır. Türkiye ve ÇHC'nin AB toplam tekstil ithalatı içindeki payları kıyaslandığında Türkiye'nin payının %7,4 düzeyinden %8'e yükseldiği, ÇHC'nin ise %6,7lik payının 2000'de %9'a yükseldiği görülmektedir. Türkiye'nin kota avantajına rağmen AB'deki pazar payında ÇHC'nin gerisine düşmesi önemli bir gelişmedir. Türkiye'nin kotaların tamamen kaldırılmasının ardından ÇHC'nin daha da güçlü bir tehlike olacağının göstergesidir.

Görüldüğü üzere Türkiye 1998 yılında ABD ve Hindistan'ın ardından üçüncü sıradayken, 1999'da ihraç değeri 1,28 milyarla ikinciliğe yükselmiş, ancak 2000 yılında yeniden üçüncülüğe düşmüştür. Aynı dönemde ÇHC beşinci sıradan AB'nin en önemli tedarikçisi haline gelmiş, 2000 yılında 1,62 milyar düzeyindeki tekstil ihracatıyla pazarda ilk sıradaki yerini almıştır.

Tablo 20: 1998-2000 Yılları Avrupa Birliği'nin Birlik Dışı Başlıca Tekstil Tedarikçisi Ülkeler

	1998			1999			2000		
	ÜLKELER	DEĞER (1000 Euro)	PAY %	ÜLKELER	DEĞER (1000 Euro)	PAY %	ÜLKELER	DEĞER (1000 Euro)	PAY %
	AB Dışı	16.678.928	100	AB Dışı	15.180.194	100	AB Dışı	17.937.158	100
1	ABD	1.559.488	9,4	ABD	1.305.959	8,6	ÇHC	1.620.748	9
2	Hindistan	1.280.751	7,7	Türkiye	1.286.129	8,5	ABD	1.485.073	8,3
3	Türkiye	1.231.452	7,4	Hindistan	1.216.309	8	Türkiye	1.440.560	8
4	İsviçre	1.177.262	7,1	ÇHC	1.169.549	7,7	Hindistan	1.414.114	7,9
5	ÇHC	1.115.014	6,7	İsviçre	1.104.258	7,3	İsviçre	1.117.330	6,2
6	Avustralya	890.251	5,3	Japonya	758.778	5	Güney Kore	1.004.552	5,6
7	Güney Kore	759.776	4,6	Güney Kore	754.129	5	Avustralya	806.969	4,5
8	Japonya	736.928	4,4	Avustralya	598.548	3,9	Japonya	806.570	4,5
9	Endonezya	678.147	4,1	Tayvan	580.648	3,8	Pakistan	643.229	3,6
10	Pakistan	644.176	3,9	Endonezya	524.717	3,5	Çek Cumhuriyeti	623.809	3,5

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı İstatistikleri, www.dtm.gov.tr , 12 Mart 2006.

¹⁸⁹ Kanoğlu, a.g.e., s.15-16.

AB'nin toplam tekstil ithalatı 1995-2000 yılları arasında %24,95 düzeyinde artmış ve 2000 yılında 17 milyar Euro'ya ulaşmıştır. 1995-2000 döneminde Çin'den ithalatı %90,57 gibi kuvvetli bir şekilde yükselirken aynı dönemde Türkiye'den ithalat artışı %75,49 olmuştur.¹⁹⁰

Türkiye, diğer ülkelerin AB pazarına kolay girişine olanak veren çift taraflı serbest ticaret anlaşmaları yüzünden AB'deki ayrıcalıklı piyasa pozisyonunu yitirebilecektir. AB kendi tekstil sektörünü desteklemekten vazgeçmemiş ancak, piyasayı DTÖ anlaşmaları çerçevesinde dışa açmaya başlamıştır.¹⁹¹ DTÖ etkisi ÇHC'nin üye olmasının ardından ortaya çıkan gelişmeler ışığında daha sonra incelenecektir.

3.2.1.1.2. Konfeksiyon

Şekilde görüldüğü üzere Çin'in 1990 yılında AB İthalatı içindeki payı 1,5 milyar Dolar civarında iken 2000 yılına gelindiğinde 6,5 milyar Dolar düzeyine yükselmiştir. Buna karşılık aynı dönemde Türkiye ihracatı 1,8 milyar Dolar düzeyinden 5 milyar Dolar düzeyine çıkmıştır. Görüldüğü gibi, Türkiye 1990 yılındaki pazar payını koruyamamış, ÇHC'nin pazardaki payını daha fazla arttırmasına engel olamamıştır. 1998'e dek ÇHC AB'ye olan konfeksiyon ihracatında Türkiye'nin iki katı kadar artış göstermiştir. 1998 yılında Türkiye ÇHC'ye ihracatını daha yüksek oranda arttırmışken, 1999'da Çin ihracattaki ivmesini yeniden kazanmış, aynı yıl Türkiye'nin performansında düşüş kaydedilmiştir. 2000 yılı ihracat artışı ise iki ülke için de aynı oranda gerçekleşmiştir. Türkiye'nin Gümrük Birliği üyeliğinden ötürü AB pazarında sahip olduğu avantajlara sahip olmayan ÇHC'nin bu dönemde ihracatını önemli oranda arttırması konfeksiyonda da dikkate değer bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

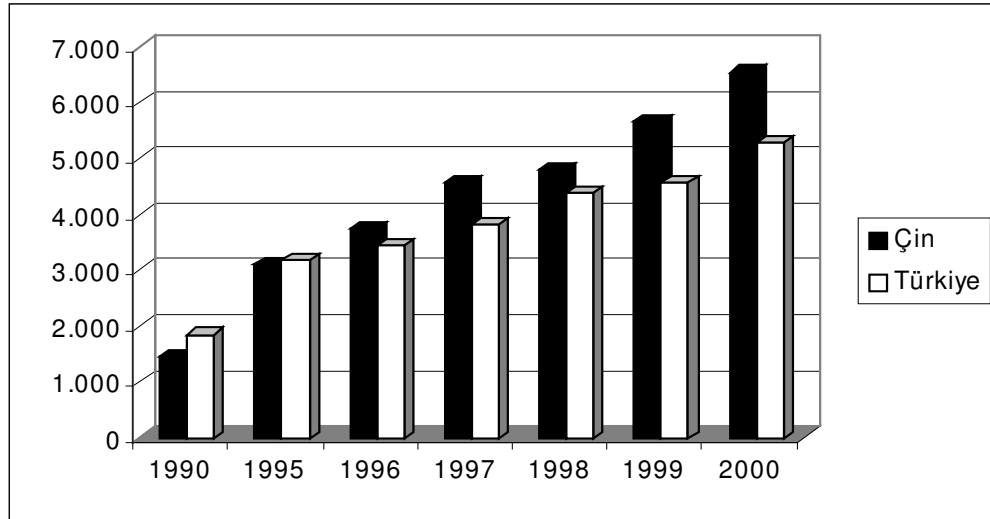
Görüldüğü üzere Türkiye'nin 1996 yılında Gümrük Birliği üyeliğiyle elde ettiği avantajlar, AB'ye konfeksiyon ihracatında da beklenen etkiyi göstermemiştir.

¹⁹⁰ Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası, "AB – Türkiye Gümrük Birliği ve AB – Üçüncü Ülkeler Ticari İlişkileri hakkında Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayinin Görüşü", http://www.tekstilisveren.org.tr/turkce/yayinlar/rapor_2001.htm , (8 Nisan 2005), s.1.

¹⁹¹ Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, **KOBİ Ekonomisi Tekstilde 2005 Stratejisi ve KOBİ'ler İçin Öneriler**, Ankara, 2004, s.2.

1996-2000 yılları arasında ÇHC AB'ye konfeksiyon ürünleri ihracatını %75 oranında arttırırken, Türkiye'nin AB ülkelerine konfeksiyon ihracatı artış oranı %53 düzeyinde kalmıştır.

Şekil 2: 1990-2000 Yılları Çin ve Türkiye'nin Avrupa Birliği Hazır Giyim İthalatındaki Payı (Milyon Dolar)



Kaynak: World Trade Organisation, www.wto.org , 11 Şubat 2005.

Pazar paylarına bakıldığında 1998-2000 yılları arasında ÇHC'nin AB'deki pazar payının %13,8'den %15,9'a yükseldiği, buna karşılık Türkiye'nin payının %12'den %11,7'ye gerilediği gözlenmiştir.¹⁹² Çin'in o tarihte halen kota uygulamasına maruz kalıyor olması tekstil sektöründe olduğu gibi, hazır giyim sektöründe de ÇHC'yle rekabette Türkiye'nin ciddi sıkıntılar yaşadığı görülmektedir.

Türkiye'nin AB içindeki en önemli pazarı Almanya'dır. 2000 yılı itibariyle Almanya %52'lik payı ile Türkiye'nin AB ihracatında ilk sırayı alırken, İngiltere %17, Fransa %8, Belçika-Lüksemburg %4, İtalya %3 payla Almanya'nın ardından sıralanmaktadır.

Almanya'nın örme giyim eşyası ithalatında 1998-2000 yılları arasında Türkiye ilk sırada, ÇHC ise üçüncü sırada yer almıştır. Bu dönemde gerek Türkiye gerekse ÇHC'nin örme giyim ihracatı pazar paylarında yükseliş olmasına rağmen, değer bazında

¹⁹² DTM, Çin Halk Cumhuriyeti'nin DTÖ'ne Katılımının Tekstil ve Konfeksiyon İhracatımıza Muhtemel Etkilerine İlişkin Değerlendirme, a.g.e., s.1.

düşüş gözlenmiştir. Nitekim aynı dönemde Almanya'nın toplam birlik dışı ithalatında da düşüş gözlenmiştir.¹⁹³

Örülmemiş giyim eşyası ithalatına bakıldığında ise anılan dönemde ÇHC'nin ilk Türkiye'nin ise ikinci sırada yer aldığı, ancak 1998'den 2000'e ihrac tutarlarında düşüşler olduğu görülmüştür. Düşüş oranları incelenirse, ÇHC'nin en çok ihracat kaybına uğrayan ülkelerden biri olduğu buna karşın Türkiye ihracatının çok düşük bir oranda düştüğü gözlenmektedir.¹⁹⁴

3.2.1.2. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Sonrası Avrupa Birliği'ne İhracat

Gittikçe zenginleşen 1,3 milyarlık nüfusuyla ÇHC AB ülkeleri için son derece cazip ve önemli bir pazar haline gelmiştir. Bu pazara girişinin kolaylaşması için AB, her türlü tavizi vermeye hazır durumdadır. Zira verilecek tavizler başta Türkiye olmak üzere AB ile ticarete özel statüye sahip pek çok ülkeyi olumsuz etkileyecek, buna karşın bu pazara girişin meyvelerini toplayacak olanlar ise sadece AB tekstil sanayileridir.¹⁹⁵

Çin'in AB'ye ihrac ettiği mallar arasında daha çok üretimde kullanılan girdiler ve yarı mamuller bulunmaktadır. Özellikle tekstil ürünlerinin ihracatı Çin'in AB ile ilişkilerinde önemli yer tutmaktadır. Bu alanda en yakın takipçisi de Türkiye'dir. AB her ne kadar Çin ile yakın ekonomik ilişkiler kurmak istese de uygulamada tarife engelleri ve anti-damping yasaları gibi yöntemlerle ayrımcı tedbirler de uygulanmaktadır.¹⁹⁶

ÇHC'nin DTÖ'ye katılımından önce, AB tarafından bu ülkeye 48 adet tekstil ve konfeksiyon kategorisinde kota uygulanmaktadır.¹⁹⁷ Belirtildiği üzere 11 Aralık 2001 tarihi itibarıyla DTÖ üyeliği yürürlüğe giren ÇHC için, aynı tarih itibarıyla o zamana kadar 1995 yılından itibaren diğer üye ülkeler için kademeli olarak kaldırılmış olan kotalar kaldırılmıştır. Böylece anlaşmaya uygun olarak tüm üye ülkelerle birlikte ÇHC,

¹⁹³ Sevim, Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkanları, a.g.e., s.32.

¹⁹⁴ Sevim, Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkanları, a.g.e., s.32.

¹⁹⁵ Tarakçıoğlu, Tekstil Sanayii Gelecekte Nerede Üretecek?, a.g.e., s.46.

¹⁹⁶ Xiaoling Hu, Watkins D., "The Evolution of Trade Relationships Between China and EU Since the 1980s", **Business Review**, Volume 99, Number 3, 1999, p.155.

¹⁹⁷ DTM, Çin Halk Cumhuriyeti'nin DTÖ'ne Katılımının Tekstil ve Konfeksiyon İhracatımıza Muhtemel Etkilerine İlişkin Değerlendirme, a.g.e., s.1.

DTÖ anlaşmasıyla kaldırılması öngörülen diğer kotalardan da muafiyet avantajına sahip olmuştur.

2001 yılında 10 (eldivenler), 21 (parkalar, anoraklar, rüzgarlıklar, kolsuz kısa ceketler vb.), 24 (gecelik, pijama, sabahlıklar), 37A (suni devamsız liflerden dokunmuş mensucat), 68 (bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı), 73 (Örme eşofmanlar) ve 76 (mesleki giyim eşyaları) kategorilerinde ÇHC'nin kotalarını tümüyle doldurduğu gözlenmektedir. Bu durum Türkiye'nin de önemli oranlarda ihracat gerçekleştirdiği bu kategorilerde ÇHC tehdidini göstermektedir.

1. ve 2. aşama entegrasyon listeleri kapsamında yaralan 19. ve 76. kategorilerde DTÖ'ye katılım tarihi itibarıyla ÇHC için kota uygulaması kaldırılmıştır. AB'nin entegrasyon listeleri kapsamında yer alan 10, 18, 21, 24, 32, 33, 37, 37A, 68 ve 73. kategorilerde ise 1 Ocak 2002 tarihi itibarıyla kota uygulamasına son verilmiştir.¹⁹⁸

Tablo 21'de AB'nin serbestleştirilen kategorilerde ÇHC'den tekstil ve konfeksiyon ithalatına ilişkin veriler yer almaktadır. 2001 yılında kotalarını tümüyle doldurduğu kategorilere bakıldığında bu kategorilerde kotalar kaldırıldıktan sonra ÇHC ihracatında önemli artış gerçekleştiği gözlenmektedir. AB'nin ÇHC'den ithalatı eldivenler kategorisinde değer bazında %22, hacim bazında %56 düzeyinde; parkalar kategorisinde değer bazında %92, hacim bazında %209; gecelik kategorisinde değer bazında %7, hacim bazında %28; bebe giyimde değer bazında %10, hacim bazında %113; eşofmanlarda değer bazında %58, hacim bazında %219 ve mesleki giyim eşyalarında değer bazında %15, hacim bazında %97 artmıştır. Nitekim serbestleştirilen diğer kategorilerden iç giyim ve havlı kumaş kategorilerinde de artış gözlemlendiği, özellikle havlı kumaş ihracatında ÇHC'nin değer bazında %90 ve miktar bazında %209 oranlarında arttığı gözlenmiştir.

2001 yılında serbestleştirilen kategorilerin neredeyse tümünde, ÇHC dışındaki ülkelerin değer ve hacim bazlarında ihracat pazar paylarının düştüğü, artış gösterdikleri kategorilerde de çok düşük oranlarda artış gösterebildikleri, ancak bu kategorilerde bile

¹⁹⁸ Ümit Kaya, "Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Kotaların Kaldırılması Sonrası Asya Ülkelerinden Kaynaklanan Tehdidin Ülkemizin İç ve Dış Pazarlarına Muhtemel Etkileri", <http://www.foreigntrade.gov.tr/Ab/CesitliCalismalar/2004%20kota.htm> (10 Mart 2005), s.1.

ÇHC'nin gösterdiği artışın diğer ülkelerdeki artışa nazaran daha yüksek oluşu, ÇHC'nin rekabetteki üstünlüğünün göstergesi olarak kabul edilebilir.

Tablo 21: 2001-2002 Yılları İtibariyle Kotaların Kaldırıldığı Kategorilerde Avrupa Birliği'nin Çin'den İthalatının Gelişimi (Yüzde)

	2001 Sonunda Kaldırılan Kategoriler	AB İthalatında Değer Bazında ÇHC Pazar Payı %		2001'den 2002'ye Değer Bazında AB İthalat Gelişimi %		2001'den 2002'ye Hacim Bazında AB İthalat Gelişimi %	
		2001	2002	Çin	Çin Hariç Diğer Ülkeler	Çin	Çin Hariç Diğer Ülkeler
10	Eldivenler	34	40	22	-5	56	-8
18	İç giyim	28	32	14	-6	145	2
19	Mendiller	35	34	-24	-19	-18	-9
21	Parkalar	28	47	92	-17	209	14
24	Gecelik	21	23	7	-5	28	-1
32	Havlı kumaşlar	35	51	90	-3	203	-4
33	Sentetik filâman kumaşlar	5	4	-3	4	-1	10
37	Sunni kumaşlar	34	33	-23	-20	-9	-23
68	Bebe giyim	43	47	10	-7	113	9
73	Eşofmanlar	30	47	58	-23	219	18
76	Mesleki giyim eşyaları	12	14	15	-4	97	-1

Kaynak: Eurostat, <http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statistics.htm>, 11 Temmuz 2005.

Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne katılımı sonrasında bazı kategorilerde uygulanan kotaların kaldırılması sonucunda, 2002 yılında Avrupa Birliği'nin Çin haricinde tüm ülkelerden yaptığı tekstil ithalatı miktar bazında %0,2, değer bazında %6,2 oranında azalırken, yalnızca Çin'den gerçekleştirdiği tekstil ithalatı miktar olarak %21 ve değer olarak %8,5 oranında artış kaydetmiştir.¹⁹⁹

2002 yılında 11 kotaların serbestleştirilmesi ardından ÇHC'nin, AB pazar payında gerçekleşen yükselişin %70'ler ile ifade edilen fiyat indirimleriyle yapıldığı gözlenmiştir. Buna en çarpıcı örnek bahsi geçen kategorilerden örme sabahlık

¹⁹⁹ Altunyaldız, a.g.e., s.35.

miktarında %5.016'lık artış sağlanırken aynı ürün birim fiyatında % 69'a varan indirimler yapılmış olmasıdır.²⁰⁰

2003 yılında ise ÇHC'nin AB pazarına toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatı, AB'nin sektördeki ithalatının %17,5'i, yani 12,32 milyar Euro'luk kısmını oluşturmuştur. ÇHC'ye karşı kota uygulanan kategorilerdeki ihracat da 5,25 milyar Euro tutarında gerçekleşmiş olup, AB'nin ÇHC'den yaptığı toplam tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatının %42,6'sına denk gelmektedir.²⁰¹

AB tarafından 2003 yılı itibariyle ÇHC'ye toplam 43 kategori ve alt kategoride kota uygulanmaktadır ve bunların çoğunluğunda ÇHC'nin kota kullanım oranı %80'in üzerindedir. Özellikle konfeksiyon kategorilerinde kullanım seviyesi %100'ü aşmıştır. Kullanım oranı %80'i aşan kategorilerde Türkiye'nin ihracatı ise 2003 yılında 6,7 milyar Dolar seviyesindedir ve bu durum kotaların kaldırılmasıyla Türkiye'nin bu kategorilerde önemli pazar payı kayıpları yaşayabileceğinin işaretçisidir.²⁰² Görüldüğü üzere kotaların uygulandığı dönemde dahi Türkiye AB pazarında ÇHC ile rekabette sıkıntılar yaşamaktadır. Aynı yıl itibariyle kategori 4 (gömllekler , tişörtler), kategori 5 (anoraklar, kazaklar) ve kategori 6 (erkekler için şortlar) Türkiye'nin payının en yüksek olduğu ilk 3 ürün grubudur. Bu kategorilerde ÇHC'nin kullanım oranlarına bakıldığında %100 ve üzerinde olduğu görülmektedir. Neticede kotalarla baskı altında bu kategorilerde Türkiye'nin pazar payında düşüşlerin olabileceği yanlış bir tahmin olmayacaktır.

AB pazarına Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatında 2003 yılında bir önceki yıla nazaran Dolar baz alınarak %25,8'lik bir artış kaydedilmiş, 2004 yılında ise bu artış %14,1 oranında kalmıştır. AB'nin yeni üyeleri değerlendirmeye alındığında ise bu oranların sırasıyla %21,9 ve %26,5 olarak gerçekleştiği tespit edilmiştir.²⁰³

²⁰⁰ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, a.g.e., s.45.

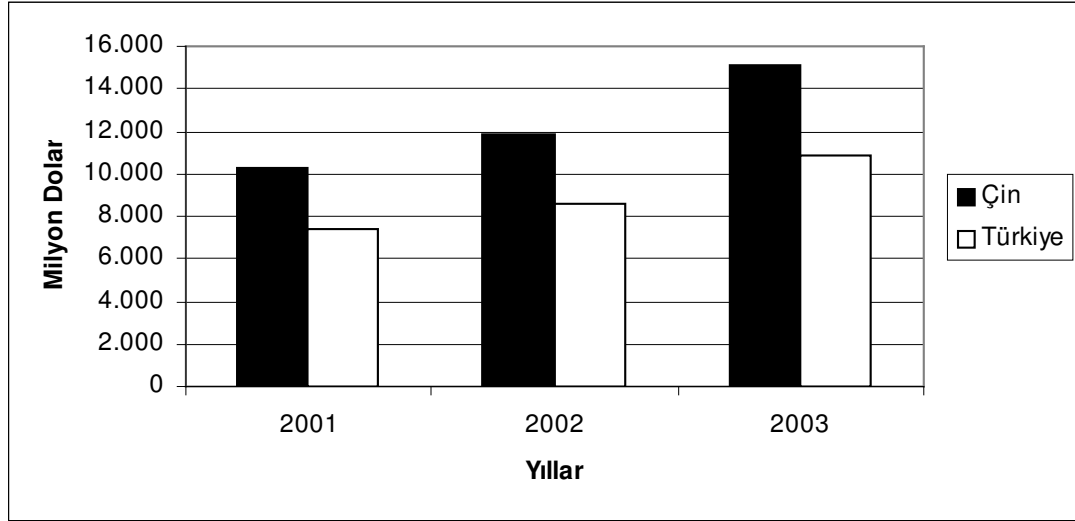
²⁰¹ Türkiye Tekstil İşverenleri Sendikası, **Ticarette Çin Tehdidi Semineri** , Antalya, Nisan 2004, s.121.

²⁰² Kaya, a.g.e., s.1.

²⁰³ Sabutay, a.g.e., s.1.

2003 yılında ÇHC'nin AB pazarındaki payı da artmaya devam etmiş, kotaların kaldırıldığı kategorilerde AB'nin toplam ithalatı içinde ÇHC'nin payı 2001 yılında %14'ten az iken 2003 yılının ilk altı ayında %37'ye çıkmıştır.²⁰⁴

Sekil 3: 2001-2003 Yılları Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon İhracatında Türkiye ve Çin'in Payları



Kaynak: World Trade Organization, International Trade Statistics 2004, s.146.

Ek 1'de AB'nin ÇHC'den ithalatında 2001, 2002 ve 2003 yılları itibariyle kota kullanımı %80'i aşan kategoriler ve ÇHC'nin bu kategorilerdeki kota kullanım oranları yer almaktadır. Bu kategorilerde doğal olarak GB üyeliği nedeniyle Türkiye'ye yönelik bir kota uygulaması bulunmamaktadır. Dolayısıyla baskı altında tutulan bu kategorilerde ÇHC ihracatının patlaması sürpriz olmayacaktır. Bu kategorilerden özellikle kategori 21, 24, 37A, 68, 73,76 ve 161'de Türkiye'nin önemli bir ihracatçı olduğu görülmektedir.²⁰⁵

Tablo 22'de AB'nin tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatında 2004 ve 2005 yılına ait veriler yer almaktadır. Bu dönemdeki ÇHC ve Türkiye ihracatı miktar ve değer bazlarında ayrı ayrı incelenerek AB'nin sektördeki diğer tedarikçilerinin paylarıyla kıyaslama yapılmıştır. Böylece pazardaki rollerine karar verilebilecektir.

²⁰⁴ Uzay, a.g.e., s.62.

²⁰⁵ DTM, Çin Halk Cumhuriyeti'nin DTÖ'ne Katılımının Tekstil ve Konfeksiyon İhracatımıza Muhtemel Etkilerine İlişkin Değerlendirme, a.g.e., s.1.

2004 yılında gerçekleşen ihracat rakamları ÇHC için 14,9 milyar Euro, Türkiye için 10,5 milyar Euro olmuştur. Aynı yıl miktar bazında ÇHC ihracatı 1,95 milyon ton iken, Türkiye ihracatı 1,16 düzeyinde gerçekleşmiştir. Dünya ihracatındaki yerine bakıldığında Türkiye'nin miktar bazında %12, değer bazında ise %15'lik bir paya sahip olduğu, buna karşın ÇHC'nin, miktar bazında %20'lik payına rağmen değer bazında yalnız %21'lik pay edindiği görülmektedir. İhraç rakamlarının miktar-değer bazlı kıyaslaması yapıldığında da Türkiye'nin ihraç ettiği ürünlerin katma değerinin daha yüksek olduğu gözlenmektedir.

2004 ve 2005 yılları Ocak-Eylül dönemi AB ithalatı gelişimine ilişkin ise ÇHC'nin önemli bir atılım gerçekleştirdiği saptaması yapılabilir. Miktar-değer kıyaslaması yapıldığında yine ihraç ettiği ürünlerin katma değerinin Türkiye'ye nazaran düşük olduğu gözlenirse de ihracat artışında gösterdiği performans dikkat çekicidir. 44,8 milyon Euroluk ihracat artışı ile ÇHC pazardaki payını değer bazında %21,6'dan %30,1 düzeyine çıkarmış, buna karşın Türkiye'nin payı %15,1 seviyesinden %15'e düşmüştür. Miktar bazında da Türkiye'nin pazar payı düşerken ÇHC %21,1'lik düzeyini %28,2'ye çıkarabilmiştir.

Tablo 22: 2004-2005 Yılları Avrupa Birliği'nin Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatı (Miktar-Değer)

	2004 İthalat		Ocak-Eylül 04 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül 05 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül Değişim 04/05 %	
	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer	Miktar
Dünya	69.186.440	9.411.994	52.586.902	7.076.791	%100	%100	54.540.605	7.422.143	%100	%100	3,7	4,9
ÇHC	14.914.796	1.958.678	11.336.109	1.491.729	21.6%	21.1%	16.415.467	2.091.024	30.1%	28.2%	44.8	40.2
Türkiye	10.546.490	1.167.984	7.945.391	861.634	15.1%	12.2%	8.203.079	874.878	%15	11.8%	3,2	1,5

Kaynak: Directorate General Trade of the European Commission,

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2005/november/tradoc_126221.pdf , 13 Aralık 2005.

Aynı dönem için kotaların kaldırıldığı kategorilerdeki ihracat değişimi de Tablo 23'te gösterilmiştir. Pazar paylarındaki değişim göz önüne alındığında Türkiye'nin değer bazında %18 olan payı %17,9'a düşerken, ÇHC'nin payı %13,9'dan

%25,8'e çıkmıştır. Miktar bazında da % 15,2'lik payı ile Türkiye ÇHC'nin önündeyken, ÇHC %26,7'lik payı ile ilk sıraya yerleşmiştir. Yalnız miktar ve değer bazlı gelişim göz önünde bulundurulduğunda da ÇHC'nin önemli bir üstünlüğü olduğu tespit edilmektedir. Değişim ÇHC'de değer bazında %95,2, miktar bazında %144,7, Türkiye'de ise değer bazında yalnızca %4,1 miktar bazında da yalnız %3,7 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 23: 2004-2005 Yılları Kotaların Kaldırıldığı Ürünlerde Avrupa Birliği İthalatı

	Ocak-Eylül 04 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül 05 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül Değişim 04/05 %	
	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer	Miktar
Dünya	33.820.319	3.063.332	%100	%100	35.459.637	3.383.363	%100	%100	4,8	10,4
ÇHC	4.690.536	369.591	13.9%	12.1%	9.155.546	904.267	25.8%	26.7%	95.2	144.7
Türkiye	6.098.578	467.040	%18	15.2%	6.348.354	484.100	17.9%	14.3%	4,1	3,7

Kaynak: Directorate General Trade of the European Commission,

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2005/november/tradoc_126224.pdf , 13 Aralık 2005.

AB'nin ÇHC'den sonraki ikinci büyük tekstil ve konfeksiyon sanayii tedarikçisi Türkiye'dir. ÇHC AB pazarına gerçekleştirdiği ihracatın yarısını, Türkiye ise yarısından fazlasını 2005 yılında kotaları kaldırılan kategorilerde gerçekleştirmektedir. Şu halde kotaların kaldırılmasının ardından Türkiye'nin ÇHC'ye karşı tek avantajı ortalama %9 olan gümrük vergisi ödememesi olacaktır ki, bu oran dünyada uygulanan en düşük tarifelere denk gelmektedir.²⁰⁶

3.2.1.2.1. Tekstil

ÇHC'den Avrupa'ya tekstil ihracındaki patlama, Türk tekstilini de olumsuz yönde etkilemeye devam etmektedir. Maliyeti Türk tekstil ürünlerinden çok daha düşük olan ÇHC tekstil ürünleri nedeniyle, Avrupa'da yıllardır birinci konumda bulunan Türk tekstili üç yıldır ikinci sıraya düşmüştür.

²⁰⁶ İlkey Dilber, "Tekstil ve Konfeksiyon Sanayinin Rekabet Gücü", Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi, C.11, S.2, 2004, s.90.

2002 yılında AB'nin ÇHC'den gerçekleştirdiği tekstil ithalatı miktar olarak %21 ve değer olarak da %8,5 oranında gerçekleşmiştir.²⁰⁷ 2003 yılına gelindiğinde AB'nin Birlik dışından yaptığı ithalatın 32 milyar ABD Doları düzeyinde olduğunu ve bu pazarda ÇHC'nin payının %5,3 ile birinci, Türkiye'nin ise %4,8'lik payı ile ikinci sırada yer aldığı gözlenmiştir. Burada dikkat çekici husus kota ve gümrük vergisi uygulamasına maruz kalan ÇHC'nin AB ithalatındaki payının yüksekliğidir. Bu tür bir engeli olmamasına rağmen Türkiye'nin pazar payının ÇHC'ye nazaran düşük olması geleceğe yönelik olumsuz sinyaller vermektedir.

Türkiye'nin AB'deki en önemli pazarı olan Almanya'ya baktığımızda ÇHC'nin bu pazarda ciddi bir şekilde Türkiye'yi tehdit ettiği görülmektedir. Alman İstatistik Dairesi'nin açıkladığı rakamlara göre 2005 yılının ilk yarısında ÇHC'den tekstil ithalatı yüzde 52'lik artışla 1 milyar 700 milyon Euro'ya yükselirken, Türkiye'den ithalatı yüzde 4.7 daha azalarak 1 milyar 200 milyon Euro'ya gerilemiştir.²⁰⁸

Türkiye'nin en önemli ihrac pazarı olan AB-25 ülkelerinin 2001-2004 yılları arası tekstil sektörü ithal rakamları için Ek 2'ye bakınız. Bu dönemde AB'nin dünyadan tekstil ithalatı düşerken, ÇHC'nin pazara ihracatını %43,6 gibi önemli bir oranda arttırdığı, buna karşın Türkiye ihracatı artış düzeyinin yalnız %11,1 düzeyinde kaldığı görülmektedir. ÇHC'nin AB'ye 2,2 milyon Euro düzeyindeki tekstil ihracatı, 2004'te 3,18 milyon Euro'ya yükselerek ülkenin pazardaki payı %11'den %18'e çıkmıştır. Türkiye'nin ihracatı ise 2001 yılında ÇHC'nin önündeyken, 2002'de gerisine düşmüş, 2004 yılında 2,77 milyon Euro olarak gerçekleşmiş, pazardaki payını da %15,8'e çıkarmıştır.

Türkiye'nin tekstilde en önemli pazarı olan Almanya'ya bakıldığında ÇHC ithalatının önemli oranlarda artış gösterdiği gözlenmektedir. 2002 yılında ÇHC'den ithal edilen malların oranı yüzde 13,8 iken, 2005 yılının ilk yarısında bu oran yüzde 22,5'i bulmuştur. İlk altı aylık dönemde ithal edilen mallar 1 milyar 700 milyon Euroyu

²⁰⁷ DTM, Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu, a.g.e., s.73.

²⁰⁸ Almanya'nın Sesi Radyosu, a.g.e., s.1.

bulmaktadır. Almanya'nın tekstil ithalatı yaptığı ülkeler arasında bir süre birinci sırayı alan Türkiye, 2003'de bu ayrıcalığı ÇHC'ye kaptırmıştır.²⁰⁹

AB'nin 2004 ve 2005 yıllarına ait tekstil ithalat verileri için Ek 2'ye bakınız. 2004 yılında ÇHC'nin AB'ye sektördeki toplam ihracatı değer bazında yaklaşık 2,05 milyar Euro, Türkiye'nin ise 1,85 Euro civarında gerçekleşmiştir. Miktar bazında ÇHC ihracatı 497.704 bin ton iken, Türkiye 525.045 bin ton ihraç gerçekleştirmiştir. Ocak-Eylül ayları için 2004-2005 değerlendirmesi yapılacak olursa, ÇHC'nin gerek değer gerekse miktar bazlarında pazar payı yükselirken, Türkiye'nin pazar payının değer bazında %0,3 gibi çok küçük bir oranda yükselse de miktar bazında sabit kaldığı görülmektedir. ÇHC ihracatındaki değişim değer bazında %23, miktar bazında da %28,4 olarak gerçekleşmiş, buna karşın Türkiye ihracatında sırasıyla %1 ve %5 oranlarında düşüş saptanmıştır. Aynı dönemde AB'nin dünyanın diğer ülkelerinden yaptığı ithalat da düşüş olması sektör ithalatında ÇHC'ye yöneldiğinin göstergesi olarak kabul edilebilir.

3.2.1.2.2. Konfeksiyon

AB dünyanın en geniş hazır giyim tüketim pazarı olmakla beraber en büyük ithalat pazarı olma özelliğine de sahiptir. Ancak, 1990'lı yılların başındaki hızlı genişlemenin ardından tüketim yavaşlama trendine girmiştir. Tüketim artışının 2010 yılına değin yine istikrarlı ve yavaş bir artış seyri göstereceği öngörülmektedir. Ekonomisi nispeten daha hızlı büyüyen ekonomilerde talep daha hızlı artarken İngiltere, İrlanda, Almanya, Danimarka, Avusturya gibi ülkelerde talepte keskin bir daralma gözlenmektedir.²¹⁰

Türkiye'nin 2000 yılında AB'ye hazır giyim ihracatı değer bazında 4,5 milyar Dolar olarak gerçekleşmişken, 2001 yılında 4,6 milyar Dolara yükselmiş ve böylece Türkiye toplam hazır giyim ihracatında AB'nin payı %67,6'dan %68,7'ye yükselmiştir.²¹¹ Bu nedenle Türkiye'nin konfeksiyon ihracatında AB odaklı bir politika izlendiği söylenebilir. Dolayısıyla da pazar farklılaştırması yoluna gidilmediği takdirde,

²⁰⁹ Almanya'nın Sesi Radyosu, a.g.e., s.1.

²¹⁰ Baş, a.g.e., s.100.

²¹¹ İTKİB, 2001 Yılı Hazır giyim, Tekstil, Deri Ve Halı Sektörlerinin İhracat Performans Değerlendirmesi Ve Performansı Etkileyen Faktörler, İstanbul, 2002, s.3.

AB'nin ithalatı içindeki payının düşmesi Türkiye'nin sektördeki ihracatının da düşeceği anlamına gelmektedir.

2001-2004 yılları arasında AB'nin konfeksiyon ithalat gelişimini görmek için EK 3'e bakınız. 2002 yılında Türkiye'nin AB'ye ihracatı %17,4 gibi bir artış gösterirken pazara ihracatının artış hızı giderek düşmüş ve 2003'te %7 ve 2004'te bir önceki yıla nazaran ihracat artışı yalnızca %3,6 düzeyinde gerçekleşmiştir. Aynı dönemde ÇHC ihracatı 2002'deki %11,8 oranındaki artış hızını koruyamamış, 2003'te %9,5'e düşmüştür. Ancak 2004 yılında yeniden ivme kazanan ÇHC ihracatı yıl sonunda toplam 11,5 milyar Euroluk ihracat değeriyle bir önceki yıla nazaran %12,4 oranında artış göstermiştir. 2004 yılındaki Türkiye ihracı da 7,7 milyar olmuştur.

2001-2004 kıyaslaması yapıldığında Türkiye'nin pazar payında %19,4'lük, buna karşın ÇHC'nin pazar payında yaklaşık %26,2'lik bir artış olduğu söylenebilir. Ancak tek tek yıllar itibariyle bakılırsa, diğer yıllardaki yükselmeye karşın, 2004 yılında Türkiye'nin payında %0,3 gibi çok küçük bir oranda da olsa daralma gerçekleştiği görülecektir. 2004'te ÇHC'nin sektördeki payının %23,1, Türkiye'nin ise %15,4 olduğu görülmektedir.

2004 ve 2005 yılları Ocak-Eylül dönemlerine ait AB konfeksiyon ithalat verileri için Ek 3'ten yararlanılabilir. Ekte verilen tablodan da anlaşılacağı üzere ÇHC bu dönemde AB'nin dünyadan ithalatı içindeki payını değer bazında %23'ten, %32,9'a çıkarmış, buna karşın Türkiye'nin payı %15,7 den yalnız %16,'ya yükselebilmiştir. Miktar bazındaysa, ÇHC payını %30,2'den %39,8'e çıkarırken Türkiye'nin payında %12,9'dan %12,1'e düşüş gözlenmektedir. Bu durum Türkiye'nin katma değeri daha yüksek ürünler ihraç ettiğinin bir işareti olarak kabul edilse de miktar bazında pazar payındaki daralma gözden kaçırılmaması gereken bir durumdur. Nihayetinde bu dönemde ÇHC ihracat artışı değer bazında %48,3, miktar bazında da %44,2 gibi çok yüksek oranlarda gerçekleşirken, Türkiye ihracatındaki artışın gerek miktar gerekse değer bazlarında dünya ortalamasının da altında kaldığı gözlenmektedir. Bu durum Türkiye'nin pazar payında ÇHC'nin olumsuz etkisini gözler önüne sermektedir.

Türkiye'nin AB'deki en önemli pazarı Almanya'da da ÇHC'nin pazar payındaki yükseliş Türkiye ihracatını olumsuz etkilemektedir. Örneğin Türkiye'nin Avrupa'ya ihraç ettiği tişört ve iç çamaşırı fiyatı, Avrupa'ya birim başına 3 Euro 60 Cente, pantolonlar ise 8 Euro 60 Cente mal olurken, ÇHC ortalama olarak tişört ve gömlekleri 2 Euro'ya, pantolonları ise 4 Euro 20 Cente göndermektedir. Bu yüzden Türkiye'den ithal edilen malların Almanya'nın toplam ithalatındaki oranı 2005 yılının ilk 6 ayında yüzde 16.3'de kalmış, böylece bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4.7 oranında gerileyerek, yaklaşık 1,2 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir.²¹²

3.2.2. Amerika Birleşik Devletleri Pazarında Çin ve Türkiye İhracatı

ABD tahmini 298 milyon nüfusu, ve 42.000 ABD Doları kişi başına düşen geliriyle diğer sektörlerde olduğu gibi tekstil ve hazır giyim sektöründe de dünya çapında önemli bir pazar olma özelliği taşımaktadır.²¹³

ABD tekstil ve hazır giyim ürünleri ithalatı geçen on yılda dikkate değer bir oranda artmış, 1995'teki 44 milyar ABD Dolarlık değerinden 2004'te 83 milyar Dolara yükselmiştir.²¹⁴

ÇHC ihracatında haksız rekabet tartışmaları halen devam etmekteyken, buna ilişkin, Amerikan Tekstil Üreticileri Enstitüsü (NCTO) Başkanı Cass Johnson ve Amerikan Üreticileri Ticari Eylem Koalisyonu (AMTAC) Başkanı Augustine D. Tantillo verdikleri demeçte ÇHC'nin ABD'de 2004 yılına dek 2,5 yıl içinde pazar paylarını %9'dan %72'ye çıkardıklarını belirtmişlerdir.²¹⁵

²¹² Almanya'nın Sesi Radyosu, a.g.e., s.1.

²¹³ Central Intelligence Agency, **The World Factbook 2006**, Washington D.C., 2006, p.28.

²¹⁴ United States Government Accountability Office, **U.S. - China Trade Textile Safeguard Procedures Should Be Improved**, Washington, 2005, p.7.

²¹⁵ Süleyman Hacısaitoğlu, "Tekstil ve Hazır Giyimciler Çin'i Dize mi Getiriyor?", **İhracat**, (Aralık 2004), s.21.

3.2.2.1. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Öncesi Amerika Birleşik Devletleri'ne İhracat

ATC anlaşmasına uyumla birlikte, 1994-2001 yılları arasında ABD'nin hazır giyim ithalatı yaklaşık %74 oranında artmıştır.²¹⁶ 1995 yılında Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı 805 milyon Dolar iken, yılda %16 gibi yüksek bir hızla artarak 2000 yılında 1,5 milyar Dolara ulaştığı görülmektedir. Tablo 24'te de görüleceği üzere bu beş yılda ÇHC'nin pazardaki payı düşmüş, ancak ihracat tutarındaki artış devam etmiştir. Bu dönemde Türkiye'nin pazar payının arttığı, ancak artışın %2,2 gibi çok düşük bir oranda gerçekleştiği gözlenmektedir. Görüldüğü üzere Türkiye pazarda çok küçük bir paya sahiptir, 1998 yılında bu oran %1,8 iken 2000 yılında ancak %2 düzeyine yükselebilmektedir.

ÇHC'nin anılan dönemde pazar payları oldukça yüksek oranlarda gerçekleşmişse de pazar paylarındaki artış trendine bakıldığında Türkiye ihracatını tehdit edici bir unsur olarak gözükmemektedir. Zira 1995'te ÇHC ihracatı pazarın %10,9'unu kapsamaktayken, bu oran 2000'de %9,1'e düşmüştür. Ancak düşündürücü gelişme olarak ÇHC'ye uygulanan yüksek kota oranlarına rağmen pazardaki payının hayli yüksek oluşudur. Kota baskısının kademeli olarak kaldırılacağı 2001 yılı ve sonrası için sektörde ÇHC ihracatının diğer ülke ihracatlarını kısıtlayıcı yönde artması, zaten çok düşük payı olan Türkiye ihracatının gelişimini olumsuz etkilenmesi yönünde etki yaratması gerçekleşmesi kuvvetle muhtemel bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 24: 1995-2000 Yılları ABD Tekstil - Konfeksiyon İthalatı (Milyon Dolar)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dünya	43.953	45.915	54.002	60.397	63.743	71.692
ÇHC	4.800	4.890	6.024	5.900	6.129	6.527
ÇHC'nin Payı %	10,9	10,7	11,2	9,8	9,6	9,1
Türkiye	805	746	886	1.067	1.183	1.463
Türkiye'nin Payı %	1,8	1,6	1,6	1,8	1,9	2,0

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> (18

Temmuz 2005)

²¹⁶ Baş, a.g.e., s.112.

1995-2000 yılları arasında ABD tarafından ÇHC'ye 107 kategoride kota uygulanmaktadır. Bu 107 kategorinin 22'sinin kota kullanım oranı %90'ın üzerinde, bu 22 kategorinin 10'unda ise kota kullanım oranı %95'in üzerinde gerçekleşmiştir. Bu kategoriler arasında bebek giysisi ve aksesuarları, baskılı kumaş, örme erkek ve çocuk gömleği, süveter, erkek ve çocuk süveteri, erkek ve çocuk şort ve pantolonları, gecelik, pijama ve seyahat çantası gruplarının kota kullanım oranları %98'in üzerinde gerçekleşmiştir.²¹⁷

Tablo 25'te de görüleceği gibi ABD'nin ÇHC'den tekstil ve hazır giyim ithalatı 1995-2000 döneminde dalgalı bir seyir izlemiş, 1995-2000 boyunca hacim bazında yıllık ortalama %5,3 oranında artış göstermiş ancak pazar payı düşmüştür. Türkiye ihracat artışı ise yıllık ortalama %22 oranında gerçekleşmiş, pazar payında düşük de olsa artış gözlenmiştir. Ancak değer bazında olduğu gibi miktar bazında da Türkiye ihracatı pazarda çok küçük bir paya sahiptir.

Tablo 25: 1995-2000 Yılları ABD Tekstil - Konfeksiyon İthalatı
(Milyon m²)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dünya	18.308	19.063	22.895	25.945	28.615	32.864
ÇHC	1.772	1.644	2.095	1.943	2.035	2.218
ÇHC'nin Payı %	9,7	8,6	9,2	7,5	7,1	6,7
Türkiye	329	303	395	512	712	866
Türkiye'nin Payı %	1,8	1,6	1,7	2,0	2,5	2,6

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 18 Temmuz 2005

Toplam tekstil ve ihracat rakamları hem miktar hem değer bazlarında incelenecek olursa, ÇHC ihracat birim fiyatlarının giderek yükselmesine rağmen Türkiye fiyatlarının düştüğü görülecektir. Bu husus, gümrük birliği sonrasında ihracatta bir fiyat baskısını göstermektedir. Yurtiçi fiyatların ithal eşya fiyatları ile birlikte hareket ettiği kabulü altında, konunun girdi çıktı yönünden incelenmesi, ithal girdi

²¹⁷ Başlar, a.g.e., s.15.

fiyatlarının artarken çıktı fiyatların düşmesi ve buna bağlı olarak maliyet baskısı şeklinde özetlenebilir.²¹⁸

3.2.2.1.1. Tekstil İhracatı

1995'ten bu yana ABD'nin ithal ettiği tekstil ürünlerinin değer rakamlarına ulaşmak için Ek 4'e bakınız. 1998 yılında %33'e kadar yükselen artış hızı giderek düşmüş, 2000'de %18 oranında gerçekleşmiştir. ÇHC ihracatında ise 1997 yılında %37 oranında artış gözlenmiş, ancak daha sonraki yıllarda ihracat değeri daha düşük oranlarda artış göstermiş, 2000 yılında %15 düzeyinde gerçekleşmiştir.

ÇHC ihracatının anılan dönemde Türkiye'ye etkileri incelenecek olursa bu dönemde her hangi bir olumsuz etkisi tespit edilememiştir. ÇHC'nin pazardaki payı yalnız %1 civarında bir artış gösterirken, Türkiye pazar payı %9 oranında artmıştır. Ancak tekstil ve konfeksiyon toplamında olduğu gibi yalnız tekstil ithalatında da ABD pazarında ÇHC'nin payı oldukça yüksek oranlardadır ve bu oranlar kota uygulamalarına rağmen gerçekleşmektedir. Türkiye'nin pazardaki yeri çok küçük olduğundan 2000 yılında ancak %2,9 seviyesine çıkabilmiş, ÇHC pazar payı ise %14 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum kota baskısı altındaki kategorilerde kotaların serbest bırakılmasının ardından ÇHC'nin Türkiye pazar payına etkisinin olumsuz yönde olacağı ihtimalini güçlendirmektedir.

Miktar bazında ABD'nin tekstil ithalat değerleri için Ek 4'e bakınız. 1997 yılında ÇHC'nin miktar bazında ihracat artışı %46 seviyesine kadar çıkmışken, daha sonra ihracat artış hızı düşmüş ve 2000 yılında %15 civarında gerçekleşmiştir. Aynı dönemde miktar bazında Türkiye'nin ihracat artışı daha yüksek düzeylerde ve 1999'da artış %55 düzeyine kadar yükselmiş, 2000 yılında ise %18 seviyesinde olmuştur.

Pazar paylarında ÇHC'nin ABD ithalatındaki %10'luk seviyesinden %7,7'ye kadar düşmüş, buna karşın Türkiye'nin pazardaki payı %1,7'den %3,4'e kadar

²¹⁸ Bahadır Necat, "Tekstil Ve Hazır Giyim Sektörüne Ait Verilerin Gümrük Birliğinin Öncesi Ve Sonrası Açısından İncelenmesi", <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/OCAK2001/tekstil.htm> , (12 Ocak 2001), s.1.

yükselmiştir. Bu durum ÇHC'nin anılan dönemde Türkiye ihracatına herhangi bir olumsuz etkisi olduğu yönünde bir saptama yapılamayacağını göstergesidir. Tekstil sektöründe ÇHC'nin pazar payı toplam tekstil ve konfeksiyondaki payına oranla daha düşük düzeylerde gerçekleşmiştir. Bu durum, kotasız döneme ilişkin tahmin yapılacak olursa, ÇHC tekstil ihracatının yaratacağı etkinin, tekstil ve konfeksiyon toplamında Türkiye ihracatına etkisinden daha düşük oranda gerçekleşebileceğinin bir göstergesidir. Miktar bazında Türkiye'nin pazar payı tekstil ve konfeksiyon toplamına nazaran ÇHC'ye çok daha yakındır.

Birim fiyatlar tekstil ve konfeksiyon toplamında olduğu gibi yalnız tekstil sektöründe de ÇHC için yükselmiş, buna karşın Türkiye için düşmüştür.

3.2.2.1.2. Konfeksiyon İhracatı

ATC anlaşmasına uyum sürecinin başlamasıyla birlikte, 1994-2001 yılları arasında, ABD'nin hazır giyim ithalatı yaklaşık %74 oranında artmıştır.²¹⁹ Ancak, ABD her ne kadar dünya çapında hazır giyim için önemli bir ihraç pazarı olsa ve toplamda tüketicilerin hazır giyim harcamaları artış gösterse de 1993'ten bu yana toplam tüketim harcamaları içindeki payı düşüş eğilimindedir. 1992'de %5,2 civarında olan hazır giyim harcamalarının toplam tüketim harcamaları içindeki payı, 2000 yılında %4,6'ya gerilemiştir.²²⁰

Anılan dönemde Türkiye'nin ABD'ye ihraç ettiği başlıca hazır giyim ürünleri erkek giyim başta olmak üzere dokuma ürünler ve, t-shirt, sweatshirt başta olmak üzere pamuklu ürünlerdir. Bununla birlikte gelişmekte olan kategoriler olarak iç çamaşırı ve pijama sayılabilir. Türkiye'nin kota kullanım oranı %90'ı aşan kategoriler Örme Erkek-Çocuk Üst Giyim (%95,3), Erkek-Kadın t-shirt (%99,5) ve % 80'i aşan kategoriler Bornoz (%82,3) ve Pamuklu ve sentetik Pijama (%89,5)'dir.²²¹

Çin kökenli konfeksiyon ürünlerinin büyük bölümü ise düşük ve orta kaliteli ürünlerden oluşmaktadır. Ancak son dönemde Çin hazır giyim sanayii, yüksek katma

²¹⁹ İTKİB, **Hedef Pazar Amerika Birleşik Devletleri Raporu**, İstanbul, 2002, s.3.

²²⁰ Sevim, Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkânları, a.g.e., s.49.

²²¹ DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Tekstil ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, a.g.e., s.254.

değerli ve kaliteli üretime yönelmektedir. Diğer yönden elyaf, iplik ve kumaş gibi sermaye yoğun nitelikteki tekstil ürünlerinde de Çin, eski ve fazla kapasitenin elden çıkarılması ve üretimin modernleştirilmesi yoluyla tekstil sanayiini yeniden yapılandırma sürecine girmiştir.²²²

ABD hazır giyim ithalat rakamları için Ek 5'e bakınız. ÇHC ihracatında tekstilde olduğu gibi hazır giyim sektöründe de 1998 yılında keskin bir düşüş yaşanmıştır. 1998'den sonra ihracat tekrar artmaya başlamış ancak artış çok düşük oranlarda kalmıştır. Türkiye ihracatı ise 1996'daki düşüşünün ardından sürekli artış göstermiş 2000 yılında artış oranı %26 düzeyinde gerçekleşmiştir.

ÇHC'nin 1995 yılında sektördeki toplam ABD ithalatında %10,2 gibi önemli bir paya sahip olduğu, 1997 yılına dek de bu payda artış gözlendiği, ancak 1998'den 2000'e değin pazar payında sürekli düşüş olduğu gözlenmektedir. Türkiye'nin pazar payı ise %1,8 iken ertesi yıl %1,6'ya düşmüş ve bu düzeyini 2000 yılına dek korumuş, 2000 yılında tekrar 1995'teki düzeyine yükselmiştir. Görüldüğü üzere bu dönemde pazar payının yüksekliğine karşın ihracat artış hızına ve pazar payındaki yükselişe bakıldığında dikkate değer bir ÇHC tehdidi görülmemektedir. Pazardaki payı Türkiye'den oldukça yüksek olmasına rağmen ihracat artışı ve pazardaki payı gerilemektedir. Türkiye ise aynı dönemde gerek değer gerekse miktar bazlarında artış gerçekleştirmektedir.

Hacim bazında ABD ithalat değerlerine ulaşmak için Ek 5'e bakmak gereklidir. ÇHC ihracatı miktar bazında da değer bazında olduğu gibi 1998 yılında düşmüş, 1999'da aynı kalmış, 2000 yılında da çok düşük bir oranda yükselmiştir. Türkiye ihracatı ise 1996 yılındaki düşüşünün ardından 2000 yılına dek sürekli yükselmiş, 2000 yılında artış oranı %30 civarında gerçekleşmiştir.

ÇHC miktar bazında artışını sürdürse de pazar payında sürekli olarak kan kaybetmiştir. Türkiye'nin miktar bazındaki pazar payı ise değer bazındaki payına benzer bir seyir izlemiş, 1995 ve 2000 yıllarında %1,9 olarak gerçekleşmişken, aradaki dönemde %1,6 civarında sabitlenmiştir. ÇHC ihracatının etkilerine bakılacak olursa

²²² Ener, a.g.e., s.1.

ÇHC pazar payındaki düşüşün Türkiye ihracatını etkilemediği gözlenmektedir. Ancak ÇHC'nin tabi olduğu yüksek kota oranlarına rağmen ABD ithalatındaki payının yüksek oluşu konfeksiyon sektörü için de geçerliliğini korumaktadır.

Değer/miktar oranlarında ÇHC'nin yine artış gösterdiği, ancak Türkiye için hesaplanan oranda 1998'e kadar yükseliş gözlenmesine rağmen, o tarihten itibaren tekrar düştüğü 2000 yılında yeniden 1995'teki düzeyine geldiği görülmektedir.

3.2.2.2. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliği Sonrası Amerika Birleşik Devletleri'ne İhracat

AB pazarına oranla Türkiye,ABD pazarında Çin ile rekabette daha zayıftır ve bu pazarda Çin etkinliği Türkiye'ye göre daha fazladır. Çin'in DTÖ'ye katılımı sonrasında pazar payını artırması ve Türkiye gibi herhangi bir tercihli düzenlemeden yararlanmayan tedarikçi ülkelerin pazar paylarında da Çin'e oranla gerilemesi beklenmektedir.²²³

Türkiye'nin ABD'ye tekstil ihracatında temel sorun sektörün yapısal sorunları çerçevesinde ihracatın 8-10 kategoriye aşırı bağımlı olmasıdır. Öte yandan 100'ü aşkın pamuklu, suni elyaf, yünlu ve diğer bitkisel elyaftan ürün kategorisinde de kotalar doldurulamamaktadır. Türkiye'nin kısıtlama kapsamındaki kategorilerde ABD'yi ihracatı toplam ihracatının yaklaşık %80'ini oluşturmaktadır.²²⁴

Tablo 26'da 2001-2005 yılları arası ABD tekstil ve konfeksiyon ithalat rakamları ve Türkiye ile ÇHC'nin pazardaki payları yer almaktadır. Bu dönemde 1995-2001 yılları arası yaşanan gelişmelerin aksine ÇHC ihracatında önemli oranlarda yükseliş, Türkiye ihracat artışında da düşüş gözlenmiştir. Bunu 2001,2002 ve 2005 yıllarında serbestleştirilen kotaların etkisiyle açıklamak yanlış olmayacaktır. ÇHC ihracatı değer olarak 2002'de %34 oranında artış göstermiş, 2003 ve 2004'te artış hızı az da olsa düşmesine rağmen kotaların tamamen kaldırıldığı 2005 yılında çok önemli bir yükselişle %54 düzeyine çıkmıştır. Aynı dönemde Türkiye'deki ihracat artışına

²²³ Ener, a.g.e., s.1.

²²⁴ Türk Amerikan İş Konseyi, **ABD Ekonomisi ve Türk-Amerikan Ekonomik İlişkileri**, DEİK, Kasım 2004, s.12.

bakıldığında Türkiye'nin 2002'deki %15 artış oranının 2003'te %4, 2004'te de %1'e kadar düştüğü, 2005 yılında ise ihracat değerinde dahi düşme olduğu ve bu düşüşün %9 gibi yüksek bir oranda olduğu gözlenmiştir.

Pazar paylarına bakıldığında ÇHC'nin payında yine düzenli bir yükseliş gözlenirken, Türkiye'nin payının 2002 yılında çok düşük bir oranda da olsa yükselmiş olduğu, ancak bu durumunu koruyamayıp 2004 ve 2005 yıllarında pazar payı kaybettiği gözden kaçırılmamalıdır. Bu durum kotaların kaldırılmasının etkisiyle artan ÇHC ihracatının Türkiye'nin pazar payını nasıl olumsuz biçimde etkilediğinin bir göstergesidir. Nitekim 2000 yılına değin yaptığımız incelemede Türkiye'nin gerek değer, gerek miktar baz alındığında gerekse pazar payları açısından yükseliş gösterirken, ÇHC'nin kotaların kaldırılmasıyla birlikte yükselen ihracatı ve pazardaki payıyla birlikte düşüşe geçmesi bu etkinin bir sonucudur.

Tablo 26: 2001-2005 Yılları ABD Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı
(Milyon Dolar)

	2001	2002	2003	2004	2005
Dünya	70.240	72.183	77.434	83.310	89.205
ÇHC	6.536	8.744	11.609	14.558	22.405
ÇHC'nin Payı %	9,3	12,1	15,0	17,5	25,1
Türkiye	1.451	1.678	1.744	1.764	1.609
Türkiye'nin Payı %	2,1	2,3	2,3	2,1	1,8

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 2 Şubat 2006.

ABD'nin dünya genelindeki sektör ithalatına bakılırsa 2002'deki %3'lük artışın 2003'te %7'ye yükseldiği ve bu oranın 2005'e dek devam ettiği görülecektir. Dünya ihracatındaki artışa rağmen Türkiye ihracatındaki gerileme, ÇHC ihracatının Türkiye'ye olumsuz etkisine ilişkin bir diğer önemli gösterge olarak değerlendirilmelidir.

Tablo 27’de miktar bazında ABD ithalat değerleri yer almaktadır. Görüldüğü üzere 2001-2005 döneminde Türkiye ihracatı miktar bazında da düşmüş, buna karşılık ÇHC ihracatı da değer bazında olduğu gibi sürekli bir yükseliş göstermiştir. ÇHC anılan dönemde miktar bazında pazardaki payını %6,7’den %33’e çıkarırken Türkiye pazarda %2,7 gibi zaten küçük bir paya sahipken, pazar payı %1,7’ye düşmüştür. 2002 yılında kotaların kalkmasıyla Türkiye ihracatı çok düşük bir oranda yükselmişse de bir sonraki yıldan itibaren yeniden düşüş trendine girmiştir.

Tablo 27: 2001-2005 Yılları ABD Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı (Milyon m²)

	2001	2002	2003	2004	2005
Dünya	32.812	38.288	42.227	46.936	50.839
ÇHC	2.211	4.963	8.288	11.662	16.763
ÇHC'nin Payı %	6,7	13,0	19,6	24,8	33,0
Türkiye	871	1.068	1.026	982	844
Türkiye'nin Payı %	2,7	2,8	2,4	2,1	1,7

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 2 Şubat 2006.

2002 yılında ABD’nin ÇHC’den tekstil ve hazır giyim ithalatındaki yükseliş büyük ölçüde kotaların kaldırılmasıyla olmuştur. 2002 yılında ABD’nin ÇHC’den ithalatında dikkat çekici artış şu kategorilerde olmuştur: Bebek Hazır Giyim (kategori 239), Sütyen (kategori 349 ve 649), Bornoz (Kategori 350 ve 650), Etiket (kategori 670), örgü kumaş (kategori 222).²²⁵

Rakamlardan da anlaşılacağı üzere ABD pazarına tekstil ve konfeksiyon ihracatında ÇHC’nin önemli bir rakamsal üstünlüğü bulunmakta ve giderek büyümekte olan pazar payı Türkiye ihracatının önünü kesen bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim DTÖ anlaşması uyarınca kotaların kalkması ABD pazarında ÇHC’nin payını arttırmakla kalmayıp, Türkiye ihracatında da düşüşe neden olmuştur. Somut bir örnekle ifade etmek gerekirse;

²²⁵ U.S. International Trade Commission, **Textiles And Apparel: Assessment of The Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U.S. Market**, Investigation No:332-448, USITC Publication 3671, January 2004, p.E-15.

2002 yılı sonunda “bornoz” kotası kalkmadan önceki dönemde Türkiye’nin ABD bornoz pazarındaki payı yüzde 33 iken 2003 yılında bu yüzde 18’e inmiş, buna karşılık daha önce yüzde 3,5 olan ÇHC payı 2003 yılı sonunda yüzde 25’e çıkmış bulunmaktadır.²²⁶

2003 yılında ÇHC’nin agresif fiyat indirimleri sonucu Türkiye ilk kez bu pazarda kotalarını dolduramamıştır. 2003 yılında kotaların %11 arttırılmasına rağmen Türkiye eski kotalarını ancak doldurabilmiştir.²²⁷

Türkiye’nin ABD’ye tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatı 2003 yılı itibariyle bir önceki yıla oranla %4 seviyesinde artarak yaklaşık 1,8 milyar Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir ve Türkiye ihracatının çoğunluğunu pamuklu giyim eşyası oluşturmaktadır.²²⁸

Ek 6’da 2003 yılı için ABD’nin Türkiye’den tekstil ve konfeksiyon ithalatında 2003 yılı itibariyle kota kullanım oranı %80’i aşan kategorileri incelemek mümkündür. Bu kategorilerde Türkiye ve ÇHC ihracat değerlerine bakıldığında Türkiye’nin kota baskısı altında tutulan ve kota kullanım oranı %80’in üzerinde olduğu için kotaların kaldırılmasıyla ihracatında artış beklenen bu kategorilerde dahi ÇHC ile rekabet etmekte güçlük çekildiği gözlenmektedir.

Tablo 28’de kota kullanım oranı %80’i aşan kategorilerde, Türkiye ve ÇHC ihracatına ilişkin veriler mevcuttur. Bu kategorilerde ÇHC ihracatında 2005 yılında kotaların kalkmasıyla %213 gibi çok yüksek bir oranda artış gözlenmiş buna karşın aynı kategorilerde 2005 yılı itibariyle Türkiye ihracatında düşüş gerçekleşmiştir. Pazar paylarına bakıldığında da ÇHC’nin %3,9’luk düzeyini %9,3’e çıkardığı, buna karşın Türkiye pazar payının ise 2002’den sonra sürekli gerilediği, %2,7’lik değerinden %1,5’e düşürdüğü görülmektedir.

²²⁶ Ekonomik Forum, “Çin Halk Cumhuriyetinin Dünya Ticaret Örgütü’ne Üyeliğinin Getirdikleri”, (Mart 2004), s.51.

²²⁷ Türkiye İşveren Sendikası Konfederasyonu, a.g.e., s.45.

²²⁸ Musa Demir, “Tekstil Ve Hazırgiyim Sektörü Kotarın Kalması Sonrasına İlişkin Değerlendirmeler”, **Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği Paneli**, İstanbul, Ekim 2004, s.1.

Tablo 28: 2001-2005 Yılları Türkiye’den İthalatında Kota Kullanımı % 80’i aşan Kategorilerde ABD İthalatı (Milyon Dolar)

	2001	2002	2003	2004	2005
Dünya	24.026	25.581	27.670	28.461	30.806
ÇHC	940	885	831	918	2.874
ÇHC'nin Payı %	3,9	3,5	3,0	3,2	9,3
Türkiye	642	724	759	645	467
Türkiye'nin Payı %	2,7	2,8	2,7	2,3	1,5

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 2 Nisan 2006

Ek 6’da ABD’nin ÇHC’den ihracatında kota kullanım oranı %80’i aşan kategorilere yer verilmiştir. Her iki ülke için kota kullanım oranları kıyaslandığında, Türkiye’nin kota kullanım oranı %80’i aşan kategorilerin hepsinde ÇHC’nin de kota kullanım oranının %80’in üzerinde olduğu aşıkardır. Bu durumun tek istisnası olan 351 no.lu kategoride de Türkiye ihracatının 2005 yılında düştüğü buna karşılık ÇHC ihracatının aynı yılda bir önceki yıla nazaran %415 oranında arttığı tespit edilmiştir. ÇHC’nin kullanım oranı %80’i aşan kategoriler toplamında da 2005 yılında bir önceki yıla nazaran %117 artış kaydettiği bununla birlikte aynı yıl pazar payının bir önceki yıla oranla %101 gibi oldukça yüksek bir düzeyde gerçekleştiği görülmektedir. Buna karşın Türkiye ihracatının gerek değer, gerekse pazar payı oranlarında önemli düzeyde düşüş gözlenmiştir.²²⁹

3.2.2.2.1. Tekstil İhracatı

Tekstil ve tekstil ürünleri 2002 yılında ABD’nin ÇHC’den yapılan sektördeki toplam ihracatının miktar bazında 3,4 milyar Dolarla %68’i, fakat değer bazında 3,2 milyar Dolarla %36’sını oluşturmuştur.²³⁰

²²⁹ DTM, www.dtm.gov.tr , (15 Nisan 2006), s.1.

²³⁰ US International Trade Commission, a.g.e., p.E-15.

ABD'nin 2001-2005 dönemine ilişkin tekstil ithalat verilerine erişmek için Ek 4'e bakınız. Bu dönemde Türkiye'nin ABD'ye ihracatında çok düşük de olsa artış gözlenmektedir. Türkiye'nin pazar payı da %2,9'dan %3,2'ye yükselmiştir. ÇHC ihracatı ise 2002 yılında %68 gibi oldukça yüksek bir oranda gerçekleşmiş, ancak daha sonra ihracat artış hızı yavaşlamış ve 2005 yılındaki artış %29 seviyesinde olmuştur. Aynı dönemde Türkiye ihracatı 2003 yılında düşmüş, 2004 yılında yeniden yükselmeye başlamış ancak 2005 yılında ihracat artışı yalnızca %1 düzeyinde gerçekleşmiştir. 2001 öncesi dönemde sürekli yükseliş gösteren Türkiye'nin tekstil sektöründe ABD'ye ihracat artış hızı, 2001'de DTÖ'ye üye olan ve kota muafiyeti imkanlarından yararlanmaya başlayan ÇHC'nin pazar payı artarken, düşüşe geçmiş, pazar payında da çok düşük oranda yükseliş gözlenmiştir. Yine de ÇHC'nin Türkiye'nin tekstil ihracatını değer bazında önemli bir biçimde etkilemediği Türkiye ihracatının 2001 öncesi dönemde olduğu oranda olmasa da artmaya devam ettiği gözlenmektedir. Ancak ÇHC ihracatının da DTÖ üyeliğinden önceki dönemle kıyaslanamayacak denli yüksek oranda arttığının altının çizilmesi gereklidir.

ABD'nin tekstil ithalatı 2005 yılına dek artmaya devam etmiş, ancak azalarak artmıştır. Bu dönemde ÇHC ihracatının artış hızında da düşüş gözlenmiş ancak buna rağmen artış oldukça yüksek oranlarda olmuştur. 2005 yılındaki tekstil ihracatı 2001 yılına nazaran %780 oranında artmıştır. Türkiye ihracatı ise aynı dönemde yalnız %7 düzeyinde gerçekleşmiştir. Pazar paylarındaki değişime de bakılırsa ÇHC'nin payının %7,4'ten %37'ye çıktığı buna karşın Türkiye'nin %3,4'ten %2,1'e gerilediği dikkat çekicidir. Bu durum 2001 yılına değin miktar bazında artış gösteren Türkiye ihracatının 2001'den çok yüksek oranlarda artan ÇHC ihracatından olumsuz yönde etkilendiğinin göstergesidir.

Miktar ve değer bazlarında ihracat değerlendirmesi yapılırsa bu dönemde ÇHC ortalama birim ihraç fiyatlarında düşüş olduğu gözlenmektedir. Aynı dönemde Türkiye birim ihraç fiyatlarında ise yükseliş gözlenmiştir.

Türkiye'nin 2003 yılında ABD'ye toplam tekstil ihracatının %58,5'i ABD'nin kota uyguladığı kategorilerde gerçekleşmektedir. Aynı yıl Türkiye'ye ABD tarafından başta pamuklular olmak üzere toplam 39 kategoride kısıtlama uygulanmaktadır ve

kullanım oranlarının %80'i aştığı kategorilerdeki ihracat bu ülkeye yapılan toplam ihracatın %43,3'ünü teşkil etmektedir. ABD'nin ÇHC'ye uyguladığı kotalara bakıldığında toplam 84 kategoride uygulanan kotaların çoğunluğunun kullanım oranlarının %80'in üzerinde olduğu izlenmektedir. Ancak burada Türkiye'den yapılan ithalattan farklı olarak ABD'nin ÇHC'den ithalatında suni/sentetik ürünlerin payının %46 gibi oldukça yüksek bir düzeyde olup pamuklu giyim eşyası ithalatının ise %20,6 seviyesinde olduğunu belirtmek gereklidir.²³¹

Aynı yıl için Türkiye'nin serbestçe ihracat yapabildiği buna rağmen ÇHC menşeli ürünlerin kotalı olarak girebildiği toplam 45 kategoride Türkiye'nin ABD'ye ihracatının 506 milyon ABD Doları düzeyinde gerçekleştiği, pazara olan toplam ihracatına oranının %30'una denk geldiği tespit edilmiştir.²³²

Bu arada ÇHC'nin ABD pazarında salt uzaktan ihracat yönetimiyle yetinmeyip, ABD pazarını tamamen kapsayacak özel ve kalıcı dağıtım ağı oluşturmaya başladığını belirtmekte de yarar görmekteyim.

3.2.2.2.2. Konfeksiyon İhracatı

ABD pazarında tüketicilerin 2000 yılından bu yana, hazır giyim harcama trendine bakıldığında yavaşlama gözlenmektedir. Her ne kadar önümüzdeki yıllar için miktar bazında artış beklense de indirimli satışlar ve fabrika çıkış mağazalarına olan yoğun talep tüketici eğiliminin düşük fiyat doğrultusunda olduğunun göstergesidir.²³³ Nitekim son dönemlerde tüketici fiyatlarındaki %2-3'lük artışa karşın, hazır giyim ürünlerinin fiyatlarında %2 civarında düşüş gözlenmiştir. Amerikan bireylerinin düşük fiyat talebinde ABD pazarının son derece rekabetçi bir yapısına sahip olması önemli rol oynamaktadır.

Tüketiciler tercihlerinde, fiyatın yanı sıra sosyal sorumluluk, çevreye duyarlılık, perakendeciler nezdinde tanınırlık gibi kriterleri de göz önünde bulundurmaktadırlar.

²³¹ Kaya, a.g.e., s.1.

²³² Kaya, a.g.e., s.1.

²³³ F. Friedlander, "Evolving U.S.Distribution Patterns", **Gherzi Consultancy Report**, Zürih - İstanbul, 2002, p.6.

Ek 5'te ABD konfeksiyon ithalat verileri içinde Türkiye ve ÇHC'nin payları verilmiştir. Tablodan da görüleceği üzere ÇHC ihracatı DTÖ üyeliğiyle birlikte yükselişe geçmiş, 2001-2005 yılları arası ihracat artış oranı %230 olmuştur. Türkiye ihracatı ise 2003'te azalarak artsa da 2004 ve 2005 yıllarında düşmüştür. Pazar payları değişimi de ÇHC lehine gelişme göstermiş, ÇHC'nin payı %8,2'den %22'ye yükselmiş, Türkiye'nin payı ise %1,9'dan %1,4'e gerilemiştir. ÇHC'nin pazar payındaki %29'luk artışa karşın, Türkiye pazar payı %6 oranında düşmüştür.

Miktar bazında da ÇHC'nin ABD ihracatında önemli oranda artış olmuş, buna karşın yine Türkiye ihracatında düşüş olduğu saptanmıştır. ÇHC ihracatı anılan dönemde %230 civarında artış gösterirken, miktar bazındaki artış %503 gibi oldukça yüksek bir düzeyde gerçekleşmiştir. Türkiye ihracatında ise ilk 2 yıl artış gözlense de 2003 yılında ihracat azalarak artmış, toplamda ise %22'lik bir düşüş olmuştur.

Pazar paylarında gerçekleşen değişimlere bakıldığında ÇHC'nin %341'lik yükselişine rağmen, Türkiye'nin pazar payı %43 oranında düşmüştür. 2001 yılında ÇHC'nin %6,1 olan payı %26,7'ye yükselmiştir. Türkiye ise 2002 yılında %2'lik bir pazar payına ulaşmış ancak bu seviyesini dahi koruyamayarak ve 2005 yılında %1,1'e kadar gerilemiştir. Sektörde Türkiye ihracatı 1995-2000 döneminde dört yıl boyunca yaklaşık %6 seviyesinde sabitlenmiş ve 2000 yılında artış eğilimine girmişken, 2003'te 2002'deki değerinde sabit kalmış ve 2004, 2005 yıllarında düşmüştür. Bu durumun 2004'te %98 ve 2005'te %59 gibi oldukça yüksek oranlarda artış gösteren ÇHC ihracatının bir yansıması olarak görmek yanlış olmayacaktır.

Birim ihraç fiyatlarına bakıldığında ÇHC'de ihracattaki artışın, %50'lere varan fiyat indirimleriyle yapıldığı gözlenmektedir.²³⁴ Türkiye'de ise aynı dönemde ihraç ürünleri birim fiyatlarında yükseliş vuku bulmuştur.

²³⁴ Tarakçıoğlu, "Avrupa Birliği Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiini Harcıyor mu?", a.g.e., s.41.

4. BÖLÜM

ÇİN TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATININ TÜRKİYE’NİN İHRACATINA ETKİLERİNE İLİŞKİN BİR SAHA ARAŞTIRMASI (ZORLU LİNEN A.Ş. ÖRNEĞİ)

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amaç, kapsam ve yöntemi açıklandıktan sonra ÇHC ihracatına etkilerinin incelenmesi için seçilen örnek işletmeye ilişkin veriler ve değerlendirme sonuçlarına yer verilecektir.

4.1. Araştırmanın Amacı

ÇHC, tekstil ve konfeksiyon sektörü ihracatında dünyadaki en önemli aktörlerden biridir. Özellikle DTÖ üyeliğinin yürürlüğe girmesiyle ÇHC’nin pazar payında önemli artış gözlenmiştir. Çin tekstil ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı 1980 yılında %4,6 iken, bu oran 1990’da %6,9, 2000 yılında %10,4 ve 2004’e gelindiğinde de %17,2 olarak gerçekleşmiştir. Ülke konfeksiyon sektörü pazar payını ise daha yüksek oranlarda arttırmış ve 1980’de dünya ihracatının %4’ünü karşılamaktayken, bu oran 2000 yılında %18,3’e ve DTÖ üyeliğinin yürürlüğe girdiği 2001 yılının ardından 2002’de %20,6 ve 2004’te %24’e kadar yükselmiştir. Türkiye’nin pazar paylarına bakıldığında ise oranların tekstilde 1980 yılı için %0,6, 1990 yılı için %1,4, 2000 yılı için %2,4 ve 2004 yılı için %3,3; konfeksiyon için ise 1980’de %0,3, 1990’da %3,1, 2000’de %3,3 ve 2004’te %4,3 olarak çok düşük düzeylerde gerçekleştiği gözlenmektedir.²³⁵

Tekstil sektöründe Çin bu denli güçlü bir aktör iken Türkiye’nin Çin ihracatından etkilenmemesi mümkün değildir. Ancak rekabet gücü yüksek Türk firmaların dahi Çin ihracatından olumsuz etkilendiği gözlenmektedir. Bugüne kadar yapılan araştırmalara makro bazda yaklaşılmış, ancak firma bazında araştırmalara yeterince yer verilmemiştir. Örnek olarak ele alınan firmanın ayrıntılı olarak incelenmesiyle sektör özellikleri ve ilişkin problemleri daha ayrıntılı bir biçimde ele alınmış olacaktır. Ayrıca, sektörde giderek kendini daha fazla hissettirmeye başlayan Çin rekabetinin ihracattaki etkileri de firma bazında değerlendirilecektir. Ev tekstili,

²³⁵ WTO, **International Trade Statistics**, Switzerland, 2005, s.173-180.

Türkiye tekstil ve konfeksiyon sektörü ihracatında önemli bir paya sahip oluşu ve ihracattaki rekabet gücü nedeniyle araştırmaya dahil edilmiştir. Geleceğe yönelik beklentiler de araştırma için bu sektörün seçilmesinde etkili olmuştur. Bu bağlamda, sektörde faaliyet gösteren ve sektörün önde gelen ihracatçılarından olan Zorlu Linen A.Ş. örnek olarak seçilmiş ve incelenmiştir. Şu halde araştırmanın temel amacı “*Zorlu Linen A.Ş. ihracatında*” ÇHC etkisinin tespit edilmesidir.

Bu çerçevede araştırmanın alt amaçlarını şu şekilde belirlemek mümkündür:

1. Türkiye’nin tekstil ihracatında rekabet avantajına sahip olduğu yönlerin belirlenmesi.
2. ÇHC’nin DTÖ üyeliğinin Türkiye ihracatına etkilerinin tespiti.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada kişisel görüşme tekniği kullanılmış ve görüşülen kişinin açık uçlu sorulara cevap vermesi istenmiştir. Kişisel görüşme, araştırmacıların, ilgili kişilerin fikir ve yaklaşımlarını derinlemesine belirlemek amacıyla kullanılan bir tekniktir.²³⁶ Görüşme, işletme yetkilisinin ofisinde yapılmış ve kendisinden ona yöneltilen soruları cevaplaması istenmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmeyle kişinin sorulara tam ve doğru yanıtlar vermesi sağlanmış, eksik veya yanlış anlamalardan kaçınılması için her soru detaylı olarak açıklanmıştır. Ayrıca yetkili aracılığıyla işletmeye ilişkin istatistiki bilgilere de ulaşılmıştır. Elde edilen bilgiler işletmenin ihracat ve toplam satış rakamlarını içermekte olup, araştırmamızda grafikler halinde sunulmuştur. Bu ihracat rakamlarının analizi ile elde edilen bulgular da çalışmaya dahil edilmiştir.

Ayrıca, firmanın faaliyette bulunduğu ev tekstili sektörünün Türkiye ihracatı içindeki yeri, dünyadaki konumuna yer verildiği gibi ve sektörde ÇHC’nin de ihracat rakamlarına yer verilmiştir.

²³⁶ İsmail Hakkı Armutlulu, **İşletme İstatistiğine Giriş**, İstanbul: Alfa Yayınevi, 1999, s.25.

4.2.1.Örneklem Seçimi

Çalışmada örnek olarak seçilen Zorlu Linen A.Ş., “*monografi tekniği*” kullanılarak belirlenmiştir. Monografi tekniğinde tek bir alınarak çeşitli yönleri incelenir.²³⁷ Bu çalışmada da Zorlu Linen A.Ş.’nin ihracat üretim ve ihracat yapısı ele alınmıştır. Temel üretim ve ihracat yapısının belirlenmesinin ardından ÇHC’nin işletme ihracatına etkileri ortaya konulmuştur.

İşletme faaliyet gösterdiği sektörde önemli bir üretim kapasitesi ve ihracat hacmine sahip olması, Türkiye’de sektörün rekabet gücü en yüksek işletmelerden biri olması itibariyle seçilmiştir. Üretim kapasitesi açısından Avrupa’da ilk, dünyada ise üçüncü sırada yer almaktadır. Araştırma bulgularında işletmenin üretim kapasitesi ve ihracatta rekabet gücü kriterleri de yer almaktadır.

Daha önce de belirtildiği üzere işletmenin faaliyet alanı olan ev tekstili de rekabet yeteneği itibariyle ve geleceğe ilişkin pozitif yönlü beklentiler ışığında tercih edilmiştir.

4.2.2. Soruların Hazırlanması

Araştırma amaçlarına uygun olarak hazırlanan soruların belirlenmesinde ilgili literatür ve bu konuda daha önce gerçekleştirilen çalışmalar dikkate alınmıştır. Tekstil ve konfeksiyon sektörü ile ihracatına ilişkin kriterler esas alınarak, sektörde gerek Türkiye’nin gerekse konu alınan işletmenin yeri, rekabet gücü ve Çin rekabeti karşısında durumu belirlenmeye çalışılmıştır. Böylece, firma yetkilisine yöneltilecek sorular belirlenmiş ve bir taslak oluşturulmuştur. Taslak sorular konunun uzmanı akademisyenlere ve işletme yöneticilerine sunularak görüş bildirmeleri istenmiştir. Bu süreç sonunda bazı sorular ve açıklamalar yeniden yazılarak araştırma sorularına nihai şekli verilmiştir. Hazırlanan sorular yüz yüze görüşme metodu ile işletmeye uygulanmıştır.

²³⁷ Armutlulu, a.g.e., s.31.

4.2.3. Ev Tekstili Sektörüne İlişkin Genel Bilgiler

Ev tekstil sektörü gerek Türkiye gerekse dünyada ihracatta önemli paya sahip, tekstil ve konfeksiyon alt sektörlerinden biridir. Sektör Birleşmiş Milletler İstatistik Departmanınca kullanılan Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırması'nın 3. Revizyonunda şu şekilde tasnif edilmiştir:²³⁸

- 656 : Tül, dantel, broderi ürünler
- 658 : Mensucattan mamul hazır eşya
- 653.9: Sentetik liflerden havlı şenil ürünler.

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon numarasına göre ise şu şekilde sınıflama yapılabilir:²³⁹

- 5804 : Tüller
- 5805 : Goblen, flander, aubusson vb., eliş duvar halıları
- 6301 : Battaniyeler ve diz battaniyeleri
- 6302 : Yatak çarşafı, masa örtüleri tuvalet ve mutfak bezleri
- 6303 : Perdeler ve iç storlar, perde ve yatak farbelaları
- 6304 : Diğer mefruşat eşyası
- 940430: Uyku tulumları
- 940490: Yastıklar, yorganlar, şilteler

Sektörde üretim 1990'ların başlarına dek küçük ve orta ölçekli işletmelerce devam etmiş ve iç pazara yönelik olarak çalışmışsa da, 1990'lardaki büyümenin akabinde hızlı bir gelişim trendine girmiş ve bugün itibarıyla, büyüyen yurtiçi talebine

²³⁸ Uludağ Üniversitesi, **Dünyada ve Türkiye'de Ev Tekstilleri İhracatı ve İthalatı 1999-2003**, Bursa, 2005, s.1.

²³⁹ Denizli Sanayi Odası, "Ev Tekstili", 2005, <http://www.denizliso.tobb.org.tr/duyurular/evtekstili.pdf> (20 Nisan 2006), s.2.

cevap vermekten öte başlıca ihracat getirisi sağlayan tekstil alt sektörlerinden biri haline gelmiştir.²⁴⁰

Türkiye ihracatının %70 gibi büyük bir bölümü AB üyesi ülkelere, kalan kısmın önemli bir bölümü ise ABD'ye ihraç edilmektedir. Türkiye ev tekstili ihracatında en büyük kalemi %57'lik payı ile yatak çarşafı, masa örtüsü, tuvalet ve mutfak bezleri oluşturmakta, ikinci sırada %15'lik payı ile mefruşat ve üçüncü sırada %12'lik payı ile tüller ve dördüncü sırada %11'lik pay ile perdeler yer almaktadır.²⁴¹

Sektörün, toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatı içindeki yerine bakılırsa, 2004 yılı itibariyle %12,2 gibi oldukça önemli bir paya sahip olduğu söylenebilir. 2005 yılında ise 2004'e nazaran düşüş gözlenmişse de değişim çok düşük bir oranda gerçekleşmiş, Türkiye ihracatındaki önemini korumaya devam etmiştir. Halen Tuvalet ve mutfak bezleri, yatak çarşafı ve dokuma bornozlar en fazla ihraç edilen mamuller iken, perde, diğer mefruşat eşyası, tül ve işlemelerin ihracatında ise ciddi düşüşler görülmektedir.²⁴²

Türkiye'nin en çok ihraç edilen tekstil mamulleri sıralamasında 2005 yılı itibariyle, pamuklu dokuma kumaşların ardından yatak çarşafı ikinci sırada yer almaktadır. Tek başına yatak çarşafı ihracatının toplam tekstil mamulleri ihracatındaki payı 2005 yılında %8,5 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum sektörde yatak çarşafı ihracatının ihtimam gösterilmesi gereken bir değer arz ettiğinin göstergesi olarak kabul edilebilir.²⁴³

Türk ev tekstili firmaları, sağlıklı ve çevre dostu ürün talebindeki yoğun artış nedeniyle bu alandaki hukuki ve teknik düzenlemelere uyum sağlamaya çalışmaktadır. Tekstil sektöründe ISO 9001 veya 9002 belgesine sahip firmaların yaklaşık beşte biri ev

²⁴⁰ Gencay Oğuz, "Case Analysis of the Turkish Home Textile Sector", *Turkishtime*, 2004, Vol.5, http://www.turkishtime.org/sector_5/20.asp (16 Mayıs 2006), s.1.

²⁴¹ Ural Akbulut, "Açılış Seremonisi", Yıldız Sektörler II Ev Tekstili, 2 Mart 2005, s.1, http://www.ba.metu.edu.tr/~manclub/yildiz/yildiz_2_1.htm (11 Nisan 2006), s.1.

²⁴² İTKİB, Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, a.g.e., s.21.

²⁴³ İTKİB, Tekstil Sektörünün 2005 Yıllık İhracat Performans Değerlendirmesi, a.g.e., s.21.

tekstili alt sektöründe faaliyet göstermektedir. Ayrıca, bazı ev tekstili firmaları özel çevre etiketlerine de sahiptir.²⁴⁴

Ev tekstili üreticilerinin çoğu iplikten kumaşa, örme, boyama ve bitirme işlemine kadar tüm üretim aşamalarını entegre edecek tesislere sahiptir. Böylece, üretimin her aşamasında en iyi kaliteye ulaşma hedeflenmektedir. Ayrıca sektörde modern ve yaratıcı tasarım uygulamalarına verilen önem de rekabet gücünü arttırıcı bir başka husus olarak sayılabilir.²⁴⁵

2004'te 1,8 milyar Dolar olarak gerçekleşen Türkiye ev tekstil ihracatı, toplam 19,3 milyar tutarındaki dünya ev tekstili ihracatında dördüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'nin en önemli rakibi ise aynı yıl itibariyle 5,5 milyar Dolarlık ihracat değeriyle dünya ihracatında ilk sırada yer alan Çin olmuştur. Çin İhracatında da en önemli ev tekstili ürün grubu yaklaşık %60 payla yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleridir.²⁴⁶ 2005 itibariyle Türkiye ev tekstil ihracatı toplam tutarı 2 milyar 187 milyon 992 bin dolar olarak gerçekleşmiştir.²⁴⁷

4.2.4. Araştırma Kapsamındaki İşletmeye İlişkin Genel Bilgiler

Şirketin Adı-Unvanı	: Zorlu Linen Dokuma Emprime Konfeksiyon Sanayii Ticaret Anonim Şirketi
Kuruluş Yılı	: 1997
Üretim Kapasitesi	: 320.000 m/gün
Ürün gamı	: Çarşaf, nevresim, yastık kılıfı, lastikli çarşaf, yatak örtüsü, masa örtüsü, pamuklu perde.
Çalışan sayısı	: 1300 kişi
Toplam İhracat Tutarı	: 2005 yılı itibariyle 176 Milyon Dolar olup, bu rakam 2005 yılı toplam Türkiye ev tekstili ihracatının yaklaşık %8'ine tekabül etmektedir.

²⁴⁴ Denizli Sanayi Odası, s.2.

²⁴⁵ Denizli Sanayi Odası, s.2.

²⁴⁶ Akbulut, s.1.

²⁴⁷ Kobi Finans, "Sektörün Durumu", <http://www.kobifinans.com.tr/sektor/011506/10061> (26 Haziran 2006)

Zorlu Linen A.Ş. 1997 yılında kurulmuş olsa da, aslında oldukça köklü bir kuruluşun çatısı altında faaliyetlerine başlamıştır. Tarihi 1953 yılına dayanan Zorlu Grubu bünyesinde faaliyetlerine başlayan işletme ev tekstili alanında üretim yapmaktadır.

İşletme Avrupa'nın en büyük entegre pamuklu ev tekstili üreticisidir ve 108.000 metrekarelik kapalı alana sahip tesislerinde, günlük 320 bin metre, yılda toplam 96 milyon metre ev tekstili üretimi yapmaktadır. Zorlu Linen, dokuma-örme terbiye ve konfeksiyon olmak üzere üç fabrikadan oluşmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere ev tekstili üretiminde faaliyetlerini göstermekte olan işletme çarşaf, nevresim, masa örtüsü gibi Türkiye toplam ihracatında en yüksek paya sahip alanlardan birinde üretimini sürdürmektedir.

İşletme, 1999 yılında ISO 9002 Kalite Güvence Belgesini ve 2001 yılında ISO 14001 Çevre Yönetim Belgesini almıştır. 2002 yılında, TSE' den alınan ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi'nin 2000 versiyonunu almaya hak kazanmıştır. Ayrıca, ürünlerinin tamamı Öko-Tex STD100 etiketi taşımaktadır ki, bu insan sağlığına zarar verecek hiçbir kimyasal madde içermediğini göstermektedir.

Zorlu Linen, son yıllarda özellikle Avrupa ve ABD pazarlarında önemi giderek artan çevre dostu üretime de önem vermektedir. Fabrikada oluşan atıklar niteliğine göre ayrı ayrı toplanarak geri kazanılmakta yahut lisanslı firmalarda çevreye zarar vermeyecek şekilde bertaraf edilmektedir. Enerji olarak doğalgaz kullanılmakta, buhar ihtiyacı ise kojenerasyon ünitesinden temin edilmektedir. Ayrıca işletme biyolojik ve kimyasal arıtma tesisine de sahiptir. Suyun tüketimiyle ilgili olarak da "Su Tüketimi ve Atıksu Arıtma Tesisleri Rehabilitasyon Projesi" yürütülmekte, bu projeye su tüketiminin minimize edilmesi ve geri kazanım alternatifleri geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

4.3. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Bu bölümde Zorlu Linen A.ř. üretim ve ihracat yapısı ile işletmenin ihracatına ÇHC etkisine ilişkin veri seti ve buna ilişkin açıklamalar sunulacaktır. İşletmenin üretim olanakları ve ihracat yapısı incelenerek rekabet gücünün belirlenmesi, bununla birlikte Çin ihracatı irdelenerek, firma ihracatına etkileri ortaya konulacaktır.

4.3.1. Firmanın Üretim Yapısı

Kullanılan Üretim Teknolojisi:

İşletmede halen çalışmakta olan makine parkurunda 2 ile 10 yaş arası makinelerle üretim sürdürölmektedir. 2 yıl öncesi yapılan yatırımla makine parkuruna kullanılmamış makineler eklenmiş, üretim teknolojisinin ileriye taşınması sağlanmıştır.

Kapasite Kullanımı:

Firma yetkilisi işletmede tam kapasite ile çalışıldığını belirtmiştir. 2005 yılında ihracatta yaşanılan düşüşe rağmen kapasite kullanımı düşürölmemiş, iç pazara yönelinmiştir. 2006 yılına ilişkin hazırlanan bütçede de ihracatın düşeceği, buna karşın iç pazara yapılan satışların artacağı görölmektedir.

Zorlu Linen 320 cm ende 5 adet rotasyon baskı makinesinde 20 renk, ve yine 320 cm ende 4 adet flat baskı makinesinde 16 renk baskı yapabilen dünyadaki sayılı üreticilerdendir. Terbiye işletmesinde ise günlük 320.000 metre kumaşa boya, baskı ve apre işlemleri uygulanmaktadır.

Dokuma işletmesinde 256 adet 280, 340 ve 400 cm ende dokuma yapabilen jakarlı, armürlü ve eksantrikli hava jetli tezgahlar bulunmaktadır. Dokuma fabrikası içinde yer alan örme bölümünde 17 adet yuvarlak örme makinesiyle günde 9 tonluk üretim geğekleştirilmektedir. Bunların yanı sıra, işletmede dokuma kumaşlar için 3 adet pad-batch boya makinesi, örme kumaşlar içinse 9 adet boya makinesi bulunmaktadır.

Hammadde Temini (Yurtiçi - Yurtdışı):

İşleme hammadde olarak iplik, ham bez, boya ve kimyasal, ambalaj ve konfeksiyon satın almaktadır. Kalın iplik yurtiçinden temin edilmekteyken, ince ipliği firma yurtdışından temin etmektedir. Ham bezin %90'lık bir kısmı yurtdışından temin edilmekte, kısa metrajlı ham bez ihtiyacı ise yurtiçi tedarikçilerce karşılanmaktadır. Boya ve kimyasal ihtiyacının yaklaşık %60'ı dış piyasadan karşılanmakta, kalan %40'lık kısım Türkiye'den tedarik edilmektedir. Geri kalan konfeksiyon ve ambalaj malzemeleri tedariki de yurtiçinden sağlanmaktadır.

4.3.2.Firmanın İhracat Değerlendirmesi

En Çok İhracat Yapılan Ülkeler:

İşletme en çok ABD, Fransa – İsveç, Almanya ve İngiltere'ye ihracat gerçekleştirmektedir. Yani Türkiye genelinde olduğu gibi AB ülkeleri ve ABD ana ihraç pazarlarıdır. Bunlar haricinde Rusya'ya da ihracat gerçekleştirilmektedir ancak bu ülke ve anılan ülkeler dışında kalan diğer pazarlara yöneltilen ihracat toplam ihracat içinde çok düşük bir kısmı oluşturduğundan bu çalışmada yer almayacaktır.

Firmanın Rekabet Gücü:

İşletmenin temel rekabet kriterleri sırasıyla şöyledir:

i. **Termin** : Malın termini yani teslim süresi özellikle AB pazarında önem kazanmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi, AB ithalatını küçük partiler halinde ve kısa süreli aralıklarla gerçekleştirdiğinden ürünlerin teslim süresi de ihracat avantajı olarak karşımıza çıkmaktadır. Firmanın temel rekabet gücü de bu alandadır. Gerek gelişmiş üretim sistemleri gerekse dağıtım kanalları ağıyla firma teslim süresini oldukça kısaltmıştır. Zira, dış pazarlarda dağıtım kanalları genelde aracılar olup firma kontrolünün dışındadır. Dış pazarlar için teslim süresi daha uzun süreyi içermektedir ve malın üretilmesi, depolanması gibi üretim plan ve program faaliyetlerini de

etkilemektedir.²⁴⁸ İşbu halde, firma AB pazarında önemli bir rekabet avantajına sahiptir denebilir.

Ancak ABD pazarı için aynı şeyi söylemek mümkün değildir. Daha önce de belirtildiği ve araştırma sorularını yönelttiğimiz firma yetkilisinin de vurguladığı gibi ABD pazarı daha uzun vadeli alımlar yapmakta, daha büyük miktarlarda sipariş vermektedir. Dolayısıyla bu pazarda teslim süresinden daha farklı faktörler devreye girmektedir.

ii. **Kapasite** : İşletme kapasitesi açısından Avrupa’da ilk, dünyada ise üçüncü sırada yer almaktadır. İşletmenin yüksek üretim kapasitesi bu kez ABD pazarı için önemli bir rekabet avantajı olarak sayılabilir. ABD firmaları genellikle daha uzun vadeli sipariş verip, büyük partiler halinde tedarik etme yoluna gitmektedir. Bu durum da daha yüksek üretim kapasitesi gerektirmektedir.

iii. **Organizasyonda esneklik** : İşletmenin gelişmiş tedarik sistemi ve üretim ağı çok çabuk organize olup, ihtiyacın çabuk ve doğru bir biçimde karşılanmasını sağlamaktadır.

Yapılan ihracat genellikle marka adı altında olmasa da, küçük bir kısmı Valoran ve Sisley markaları adları altında gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de satışı yapılan Tac-Linens markasının ihracatı yapılmamaktadır. Ancak bu marka desenleriyle Rusya’ya ihracat gerçekleştirilmektedir.

²⁴⁸ Özlem İpekgil Doğan, “Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C.2, S.1, 2000, s.50.

4.3.3. Firmanın İhracatında Çin Halk Cumhuriyeti Etkisi

Firma ihracatında Çin Halk Cumhuriyeti etkisi bu kısımda detaylı olarak açıklanacaktır. Ancak burada belirtilmesi gereken husus ihracatta yaşanan gelişmelerin gerçekten Çin etkisi mi, yoksa başka etkenlerden mi kaynaklandığı konusudur. İşletme yetkilisinin soruya verdiği yanıt, kesinlikle Çin etkisi olduğu yönündedir. İşletme olarak satın alma ve satış temsilcilerinin işbirliği ile transit ticaret de gerçekleştirdiklerini, Çin’den bitmiş ürün olarak ihracat yaptıklarını belirtmektedir.

Çin’in Dünya Ticaret Örgütü Üyeliğinin Etkileri

Gerek işletme yöneticisinin verdiği bilgiler, gerekse incelediğimiz istatistik rakamlarına göre 2001 yılından itibaren ihracatta önemli bir değişiklik yaşanmamıştır. Bunun sebebi, ev tekstil ürünleri ihracatına ilişkin kotaların 2001 yılında değil, kademeli geçiş sürecine bağlı olarak, sürecin son aşaması olan 2005 yılında kaldırılmış olmasıdır.

2005 Yılı ve Sonrasında Çin Halk Cumhuriyeti Etkisi

İşletme en önemli ihraç pazarlarını ihracat yapılan ülkelere göre gruplara ayırmış, ve her pazar farklı kişilerce kontrol edilmektedir. Verilen grafik ve tablolardan da anlaşılabacağı üzere firma ihracatında en hızlı yükseliş gösteren grup olan ABD 2004 yılında ilk sıraya yükselmişken, 2005 yılında önemli bir düşüşle Fransa – İsveç Grubunun gerisine düşmüştür. Bu iki ülkeyi Almanya üçüncü sırada takip ederken İngiltere’ye yapılan ihracat son sırada yer almaktadır.

2001 yılında en yüksek ihracatın gerçekleştirildiği pazar olan Fransa – İsveç Grubuna ihracatta 2002 yılında az da olsa düşüş yaşanmış, ancak 2003 ve 2004 yıllarında yeniden yükseliş gözlenmiştir. 2005 yılına gelindiğinde ihracatın neredeyse sabit bir düzeyde kaldığı, ancak 2006 yılı bütçeleri belirlenirken bu ülkeye yapılan ihracatta düşüş olacağı öngörülmüştür.

2001 itibarıyla firma ihracatında ikinci sırada yer alan pazar olan Almanya’ya yapılan ihracatta ise pek iyi bir performans grafiği çizilememektedir. Ülkeye yapılan ihracat, 2002 yılındaki düşüşün ardından 2003 yılında biraz yükselse de 2004 ve 2005

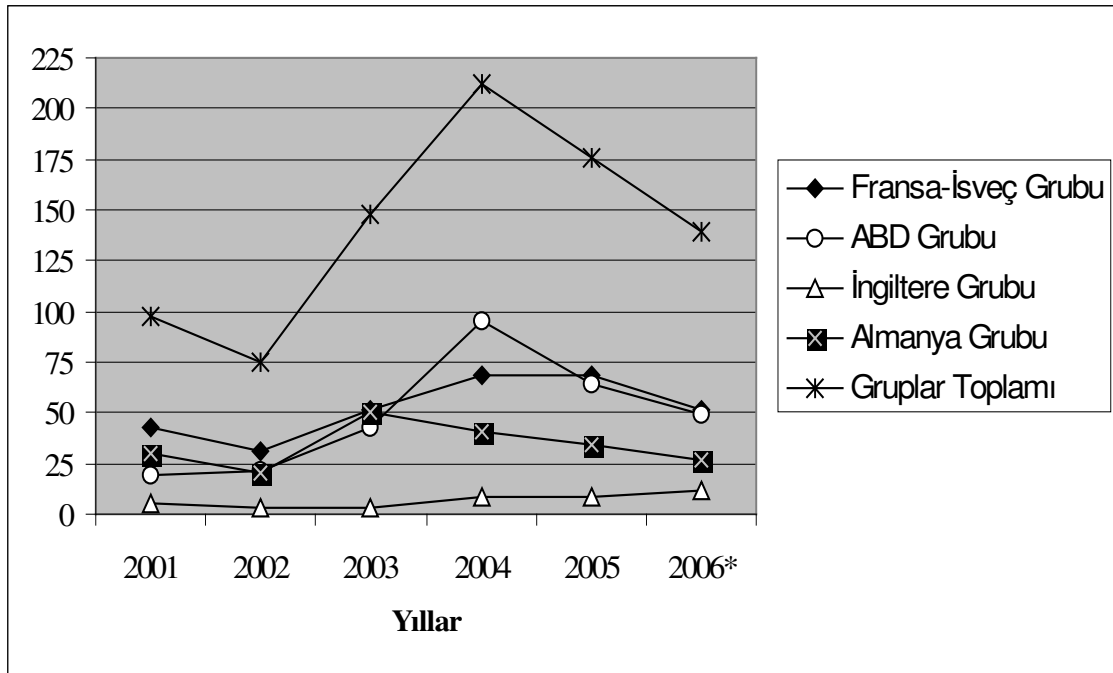
yıllarında sürekli olarak düşmüş ve 2006 yılı bütçesinde ihracat tutarının daha da düşeceği kestiriminde bulunulmuştur.

ABD grubunda ise 2005 yılına dek sürekli yükseliş gözlenmiş, ancak 2005'te keskin bir düşüş yaşanmıştır. 2005 yılında diğer pazarlarda olduğu gibi yaşanan bu düşme 2006 bütçesine de düşüş olarak yansıtılmıştır.

Son olarak İngiltere Grubu'na yapılan ihracat verilerine bakıldığında zaten oldukça düşük olan ihracat rakamlarında önemli bir değişme olmadığı gözlenmektedir. 2002 yılında çok düşük bir oranda düşüş olsa da daha sonra sürekli yükseliş gözlenmiş, hatta 2006 bütçesinde çok düşük oranda da olsa artış olacağı tahmin edilmiştir.

Bu dört ülke grubu pazarları toplamına bakıldığında da 2002 yılındaki düşüşün ardından 2005 yılına dek sürekli bir yükseliş yaşanmıştır. 2005 yılında yaşanan düşüşün ardından 2006 yılına ilişkin oluşturulan bütçe rakamları da bu düşüşün süreceğini göstermektedir.

Şekil 4. 2001-2006 Yılları Ülke Gruplarına Göre İhracat



Kaynak: Zorlu Linen A.Ş. İstatistik Verileri, 26 Mayıs 2006.

İşletme ihracatında bir önceki yıla nazaran değişimler göz önüne alındığında şu şekilde bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Tablo 29’da görüldüğü üzere 2002 yılında AB pazarlarında gözlenen düşüşe karşın ABD pazarında 2005 yılına değin sürekli bir yükseliş hasıl olmuştur. Ancak 2005 yılında en yüksek düzeyde düşüş gözlenen pazar da ABD olmuştur. Yaptığımız görüşmede işletme yöneticisi bunun nedeni olarak ABD sipariş sistemini göstermiştir. Daha uzun teslim süresi ve çok miktarlarda ithalat yapan ABD piyasası maliyeti nedeniyle ÇHC’yi tercih etmektedir.

Tablo 29: 2002-2005 Yılları İhracatta Bir Önceki Yıla Göre Yüzde Değişme

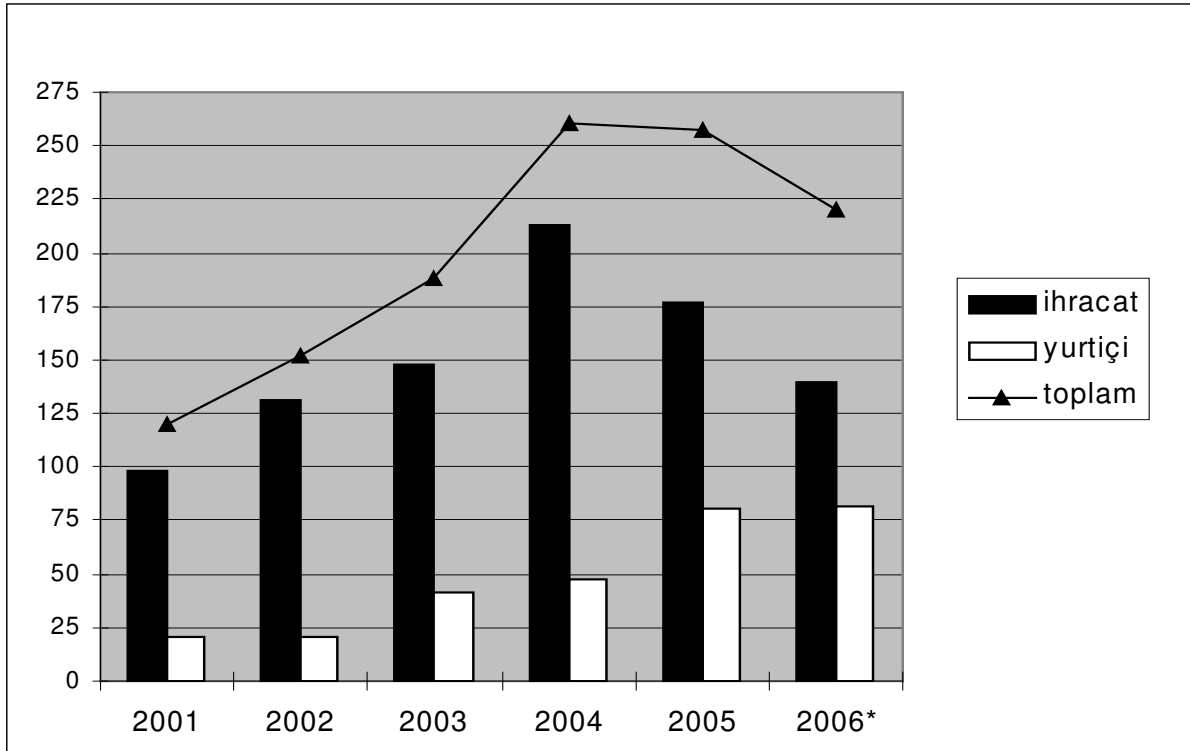
	2002	2003	2004	2005
Fransa-İsveç Grubu	74,36	163,55	131,88	99,83
Amerika Grubu	105,85	202,96	223,01	68,04
İngiltere Grubu	59,04	113,02	245,48	102,24
Almanya Grubu	65,21	251,81	82,00	83,17
Toplam	76,76	194,90	144,01	82,81

Kaynak: Zorlu Linen A.Ş. İstatistik verilerinden hesaplanmıştır. (26 Mayıs 2006)

Şekil 6’dan da anlaşılacağı üzere 2005 yılına değin ihracat rakamları sürekli olarak yükseliş göstermiştir. Ancak bu dönemde işletmenin iç pazara olan satışlarını da arttırdığı görülmektedir. 2001 ve 2002 yıllarında yurtiçi piyasaya satışlar durağan bir seyir izlerken 2003 ve 2004’te yükselmiş ancak en önemli artış 2005 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu durum ihracat azalışına bağlı olarak atıl kapasite bırakılmaması amacıyla iç piyasaya yönelindiğinin işaretidir.

2006 bütçesi rakamları da işletmenin ihracat hedeflerindeki düşüşü ifade etmektedir. İşletmenin daha önceki bütçe tahminlerinin çok düşük sapmalarla gerçekleştiği göz önüne alınırsa rekabette Çin tehdidi daha aşık bir biçimde gözler önüne serilecektir. Ancak 2006 bütçesine bakılırsa işletme kapasitesini tam olarak kullanamayacaktır.

Şekil 5. 2001-2006 Yılları İhracat ve Yurtiçi Satışların Gelişimi



Kaynak: Zorlu Linen A.Ş. İstatistik Verileri, 26 Mayıs 2006.

Çin ile Rekabet Kıyaslaması

İşletme, özellikle AB pazarında alımlar daha kısa aralıklarla ve daha sık yapıldığı için gerek Türkiye'nin coğrafi konumu gerekse terimdeki gücü nedeniyle önemli rekabet avantajına sahiptir. Ancak bu avantajını ABD pazarında kullanamamaktadır. Bunun nedeni ABD pazarında alımların daha büyük perakendecilerce, daha uzun aralıklarla, ve yüksek miktarlarda gerçekleştirilmesidir. Bu durum AB pazarında ÇHC için bir dezavantaj olsa da, ABD pazarını etkilememektedir. Sahip olduğu maliyet avantajı, ve gelişmiş ülkelerin yatırımlarını çekmedeki başarısı ÇHC'nin rakiplerinin önüne geçmesinde yeterli olmuştur.

İşletmenin üretim kapasitesinin büyüklüğüne karşın, Çin firmalarının daha çok küçük ölçekli işletmelerden oluşması firma için avantaj olarak kabul edilebilir. Ancak daha önce de belirtildiği gibi küçük miktarlarda alım yapan AB pazarı için bu durum rekabet avantajı olmaktan çıkmaktadır.

Firmanın esnek organizasyon yeteneği de Çinli rakiplerinin sahip olmadığı bir başka üstün yanıdır. Çin’de daha çok fason üretim yaygın olduğu için henüz entegre sistemler kurulmamıştır.

Ayrıca Çin’le kıyaslandığında önem kazanan bir diğerk husus çevre dostu üretimi olarak sayılabilir. AB ve ABD pazarlarında giderek önem kazanmaya başlayan bu konuda Çin’in halen önemli çalışmaları bulunmamaktadır.

Tüm bu avantajlarına karşın, işletmenin maliyetlerde Çin’le rekabet edebilmesi mümkün görünmemektedir. Ayrıca üçüncü bölümde de belirtildiğı üzere Çin ihracatını geliştirmeye yönelik devlet politikalarıyla, ülkedeki yabancı yatırımların çokluğu makro düzeyde ülkeye avantaj sağlamakta, bu durum ülkede faaliyet gösteren firmalara da rekabet avantajı olarak yansımaktadır.

4.3.4.Firma İhracatında Geleceğre İlişkin Eğilimler

İhracata İlişkin Beklentiler:

İşletme yöneticisi her ne kadar sektörde ÇHC’nin tekelleşmesi gibi bir seyir gözlenirse de 2006’dan sonra ihracatlarında önemli bir düşüş gözlenmeyeceğı, ihracatın 2006 düzeyini koruyacağı kestiriminde bulunmaktadır. Halen alternatif ihracat olanaklarını araştırmayı sürdüren firma, müşterileriyle iletişime de büyük önem vermektedir.

Firmanın Yönelmek İstediği Pazarlar:

Firma, ihracat projeksiyonunu çok geniş tutmakta ve dünya çapında ihracat olanaklarını araştırmaya devam etmektedir. Son dönemde ihracat yönünü özellikle Rusya, Türki Cumhuriyetler, Romanya, ve Bulgaristan’a çevirmiş olmakla beraber, üretmekte olduğı marka adı altında da Avrupa pazarının üst kesimlerini hedeflemektedir.

Halen firmanın ABD, İngiltere ve Almanya’daki ofisleri pazar araştırmalarını sürdürmektedir. Bu ofisler Avrupa ve Amerika’da yeni pazar olanakları araştırmakla beraber, AR-GE çalışmalarını da sürdürmekte ve apre, iplik gibi ürünlerin kalitelerinin

geliştirilmesi, yeni ürünlerin ortaya konulması gibi çeşitli faaliyetlerde de bulunmaktadır. Özellikle ABD'deki çalışmalar yoğunluk kazanmış durumdadır. ABD'deki çalışmalarla Kanada da işletmenin hedef pazarlarından biri haline gelmiştir.

4.4. Saha Araştırması Sonuçlarının Genel Değerlendirmesi

Araştırma sonuçlarından elde edilen verilere göre sektöre ve araştırma konusu işletmeye ilişkin şu değerlendirmeler yapılabilir;

Sektör Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatı içinde 2004 yılı itibariyle %12,2 gibi azımsanmayacak bir paya sahip olmuştur. Bu nedenle ev tekstil sektörü ihracatının gelişimi tekstil ve konfeksiyon sektörü toplam ihracatını da önemli ölçüde etkileyecektir. Ayrıca örnek olarak işletmenin üretimini yapmakta olduğu yatak çarşafı da sektörde en fazla ihracatı gerçekleştirilen ürün grubu olmuştur. Yatak çarşafı, pamuklu dokumanın ardından toplam tekstil ihracatında da ikinci sırada yer almaktadır.

Sektör ihracat verilerine bakıldığında 2004'te 1,8 milyar Dolar olarak gerçekleşen Türkiye ev tekstil ihracatının dünya ev tekstili ihracatında dördüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Bu durum sektörde Türkiye'nin önemli bir yeri olduğunun göstergesi sayılabilir. Ancak dünya ihracatında ilk sırada yer alan Çin ihracatı aynı yıl itibariyle 5,5 milyar Dolar gibi oldukça yüksek bir düzeyde gerçekleşmiştir. Ayrıca Türkiye ihracatında olduğu gibi Çin ihracatında da en önemli ev tekstili ürün grubu yaklaşık %60 payla yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri olmuştur. Dolayısıyla Çin'i Türkiye'nin en önemli rakibi olarak görmek yanlış olmayacaktır.

Örnek olarak seçilen işletmenin üretim ve ihracat değerlendirmeleri ise şu şekilde yapılabilir;

Firma üretim yapısı, gerek kullanılan teknoloji gerekse işgücü açısından olumlu özelliklere sahiptir. Kullanılan en eski makine 10 yaşında olup, en son 2 yıl önce makinelerin bir kısmının yenilendiği, ayrıca parkura kullanılmamış yeni makineler ilave edildiği görülmektedir. Bu durumun halen eski teknoloji kullanımına devam eden Çinli firmalara karşı, örnek olarak incelediğimiz işletmenin lehine olduğu söylenebilir. Ancak

giderek daha fazla teknoloji yoğun hale gelen sektörde kalıcı olmak için gelişen teknolojiyi takip etmek ve sürekli yenilenmeyi devam ettirmek gereklidir. Zira Çinli firmalar da ülkeye yapılan yabancı yatırımlarla birlikte teknoloji alanında da önemli ilerlemeler kaydetmektedir.

Tedarik yapısına bakıldığında bazı hammaddelerde işletmenin yurtdışına bağımlı olduğu söylenebilir. Kalın iplik yurtiçinden tedarik edilmekteyken, ince iplik yurtdışından sağlanmaktadır. Ayrıca üretimde kullanılan ham bezin de %90'ı yurtdışından getirilmektedir. Hammaddede yurtdışına bağımlılık ise, kur farkı gibi finansal risklerle, zamanında temin edilememesi halinde üretimin aksamasına sebep olma gibi riskleri de beraberinde getirmektedir.

Boya ve kimyasallarda da çok kaba bir hesapla %60 gibi bir kısmı yurtdışından temin edilmektedir. Bunların dışında kalan ambalaj ve konfeksiyon ürünleri ise iç piyasadan tedarik etme yoluna gidilmiştir.

Firmanın en fazla ihracat yaptığı ülkeler AB ülkeleri ve ABD'dir ki bu durum gerek ev tekstili sektörü, gerekse tekstil ve konfeksiyon sektörü toplamında da aynıdır. Fransa-İsveç grubuna yaptıkları ihracat 2002'deki düşüşün ardından 2005'e dek yükselmiştir. Almanya'ya yapılan ihracatta ise 2002'deki düşüşün ardından, 2003'te az da olsa bir yükseliş gözlenmiş, ancak daha sonra tekrar düşmeye devam etmiştir. İhracat grupları içinde en iyi performans 2005'e dek ABD'de gözlenirse de 2005 yılında keskin bir düşüşle ihracat rakamı Fransa-İsveç grubunun gerisine düşmüştür. İngiltere grubunda ise 2001-2005 yılları arası önemli bir değişiklik gözlenmemiştir.

Toplam ihracatta da 2005 yılı itibariyle önemli bir düşüş görülmüştür. İşletmeden edindiğimiz bilgilere göre bu durum Çin etkisini gözler önüne sermektedir. Zira, Çin Halk Cumhuriyeti gerek ihracat performansı, gerekse ihraç ettiği ürün grupları bakımından Türkiye'nin en büyük rakibi durumundadır. 2005 itibariyle kotaların kaldırılmasıyla birlikte, miktar kısıtlaması olmaksızın ihracat yapabilme olanağına kavuşan Çin'in ihracatını geliştirirken Türkiye'nin ihraç pazarlarından da pay alması sürpriz olmamalıdır.

Firma ihracatta en önemli rekabet üstünlüklerini termin, kapasite ve organizasyonda esneklik olarak sıralamaktadır. Bunlar, Çinli firmalara karşı rekabette üstünlük sağlasa da, işletmenin Çinli firmalarla rekabet etmede güçlük çektiği görünmektedir. Çin, gerek sahip olduğu maliyet avantajı, gerekse devlet politikaları sayesinde yabancı yatırımcı çekmedeki başarısı ve diğer ülkelerin bu büyük pazara girmek için verdiği tavizler gibi nedenlerle çok güçlü bir rakip olarak görülmektedir. Bu durumda Çin’le rekabet edebilmek için kalite ve müşteri odaklı çalışılması gereklidir.

İşletme ayrıca doğa dostu üretim yapmakta, ürünleri de çevreye zararlı hiçbir madde içermediğini belirten bir etiket taşımaktadır. Bu durum henüz çok önemli görülmesine de özellikle Avrupa ve ABD pazarlarında yükseliş trendinde olan çevre dostu ürünlerin tüketilmesi anlayışı yönünde bir çalışma olarak, işletmeye rekabette avantaj sağlamaktadır.

Son dönemde işletme ihracatta Rusya, Türki Cumhuriyetler, Romanya, ve Bulgaristan’a yönelik çalışmalar yürütmektedir. Avrupa ve ABD pazarında yaşanan ihracat düşüşleri işletmeyi bu yönde karar almaya itmiştir. Ancak, bu pazarların yanı sıra Avrupa’nın üst kesimi de hedeflenmektedir ki bu durum işletmenin kalite avantajını kullanmak istediğini göstermektedir. Bununla birlikte Türkiye toplam ihracatı için de Çin’le rekabet etmede maliyet dışı avantajlara yönelmesi gerekliliği, ya da pazar hedeflerini çeşitlendirmesi, yalnız AB ve ABD pazarlarına olan bağımlılığının azaltılması gerektiği belirtilmelidir.

5. SONUÇ

Tekstil ve konfeksiyon sektörü gerek Türkiye, gerekse dünyadaki pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için ihracatın geliştirilmesi ve ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesinde itici güç olarak görev yapmıştır. Özellikle konfeksiyonun emek yoğun yapısı, işgücü maliyetlerinin önem kazanmasına neden olmuş, bu durum da pek çok gelişmekte olan ülkeyi, gelişmiş ülkelere karşı avantajlı kılmıştır. Bu nedenledir ki sektör uzun yıllar uluslararası düzenlemelerle kota ve miktar kısıtlamalarına maruz kalmış, tam anlamıyla liberalleşme sağlanamamıştır. Ancak 1994 yılında Uruguay Round görüşmelerinin sonuçlandırılmasıyla imzalanan Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması uyarınca kota uygulamalarının kaldırılması öngörülmüştür. Böylece 2005 yılına dek kademeli olarak miktar kısıtlamaları kaldırılacaktır. Bu durum sektör ticaretindeki liberalleşmeyle birlikte, yoğun bir rekabet ortamının doğmasına neden olmuştur.

Kotaların kalkmasıyla birlikte ortaya çıkan yoğun rekabet ortamında Türkiye'nin en önemli rakibi Çin Halk Cumhuriyeti olmuştur. Benzer üretim yapısı ve ürün grupları ihracatı iki ülkeyi rakip haline getiren en önemli nedenlerdendir. 2001 yılında DTÖ üyeliğinin yürürlüğe girmesiyle birlikte kota muafiyetinden faydalanmaya başlayan Çin özellikle üretim maliyetlerinin düşük oluşuyla öne çıkmaktadır. Sektörde Türkiye ve Çin'in güçlü ve zayıf olduğu yönler ele alınacak olursa şu şekilde bir tabloyla karşılaşılabacaktır;

Sektörde Türkiye'nin güçlü yanları arasında temel hammaddeler açısından zenginlik; ana pazarlara coğrafi yakınlık; kısa termin süresi; üretimde esneklik; moda, tasarım , yenilik yaratma kabiliyeti; gelişmiş ve çok yönlü bir dokuma sanayii ve sektörel tecrübe; kalite, çevre ve insan sağlığına önem verilmesi ile işçilerin çalışma koşulları konusunda hassasiyet sayılabilir. Ancak bu güçlü yanlarına karşılık ihracatta pazar çeşitlendirmesine gidilememiş olması, maliyetlerde artış, bürokratik ve hukuki sorunlar, pazarlama sorunları, plansız büyüme ve yatırımlar sektörün rekabetteki gücüne ket vuran yönleridir.

Çin'in güçlü yanları düşük hammadde ve ücret düzeyi, hammadde alımında fiyat belirleyici oluşu, politik stabilite ve hükümet desteği, yabancı yatırımları çekmesindeki başarısıdır. Zayıf yanları ise endüstride büyümenin kazanç maliyetleriyle sağlanması, Çin modelinin sürdürülebilir olmaması, ülke iç pazarının ihracat fiyatlarıyla büyümekte oluşu, para biriminde devalüasyon eğilimi, ihracatçı ülkelerin kendi özel ihtiyaçları nedeniyle ihracatı kısımları nedeniyle darboğazların oluşabilecek olması olarak sıralanabilir.

Çin'in DTÖ üyeliği, ülke ihracatı için önemli bir gelişme olmuştur. 2001 yılına dek gerek Avrupa gerekse ABD pazarlarında ülke ihracatı miktar kısıtlamalarıyla baskı altında tutulmaktadır. Baskının ortadan kalkmasıyla ülke ihracatında görülen artış bu ülkelerdeki Türkiye pazar payını da önemli ölçüde etkilemiştir. Bu nedenle ülkenin miktar kısıtlamaları altında ve kotasız dönemdeki ihracatına ilişkin gelişmeleri ayrı ayrı ele almak gereklidir.

AB pazarında 1996 – 2000 yılları arası gerçekleşen değişmelere bakıldığında, Türkiye'nin Gümrük birliği Üyeliği'nin yürürlüğe girdiği bu yıllarda dahi Çin'in Türkiye ihracatından daha yüksek oranda ihracat artışı gerçekleştirdiği gözlenmektedir. 1998'de Çin AB pazarında Türkiye'nin gerisindeyken 2000'de AB'nin tekstil ithalatında ilk sıraya yerleşmeyi başarmıştır. Yine 1990'da konfeksiyon ihracatında Çin'in önünde olan Türkiye 2000 yılında oldukça gerisine düşmüştür. Bu durum AB pazarında coğrafi yakınlık ve kısa teslim süresi gibi avantajları elinde bulunduran, aynı zamanda Gümrük Birliği üyeliği nedeniyle miktar kısıtlamasına ve gümrük vergilerine tabi olmaksızın ihracat yapmakta olan Türkiye'nin Çin'le rekabette yeterince başarılı olmadığına göstergesidir.

Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatında en önemli pazarlar AB ve ABD olmakla birlikte ÇHC ihracatının izlediği seyirden de önemli ölçüde etkilenmektedir. ÇHC'nin sahip olduğu maliyet avantajı, devlet desteği ve yabancı yatırım çekmedeki başarısı, Türkiye'nin için ekonomik kalkınmada motor rolü üstlenen bu sektörde ülkeye önemli rekabet avantajı sağlamaktadır. Ayrıca ülkenin yüksek pazar potansiyeli bu ülkeyi pek çok ihracatçı için vazgeçilmez kılmakta, dünya çapındaki en önemli ihracatçıları olan ABD ve AB'yi de bu ülkeyle işbirliğine yönlendirmektedir.

ÇHC'nin DTÖ üyeliğinin 2001 yılında yürürlüğe girmesiyle birlikte ÇHC'ye uygulanmakta olan kotaların serbestleştirilmesine başlanması sektörde önemli bir değişim yaşanmasına neden olmuştur. Serbestleştirilen kategorilerin neredeyse tümünde, ÇHC dışındaki ülkelerin değer ve hacim bazlarında ihracat pazar paylarının düştüğü, artış gösterdikleri kategorilerde de çok düşük oranlarda artış gösterebildikleri, ancak bu kategorilerde bile ÇHC'nin gösterdiği artışın diğer ülkelerdeki artışa nazaran daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

2001-2004 yılları arası AB'ye Türkiye tekstil ihracatı %11,1 oranında artmışken, kotaların tamamen kaldırıldığı 2005 yılı itibariyle değer ve miktar bazlarında Türkiye ihracatında düşüş gözlenmiştir. AB hazır giyim piyasasında da 2001-2004 yılları arası dönemde Türkiye'nin pazar payı %19,4 oranında artmış, buna karşılık 2005 yılında pazar payı %12,9'dan %12,1'e düşmüştür.

Türkiye'nin AB'den sonra ikinci en önemli pazarı ABD'de ÇHC tekstil ihracatının 1995-2000 döneminde Türkiye'ye her hangi bir olumsuz etkisi olmamıştır. ÇHC'nin pazardaki payı yalnız %1 civarında bir artış gösterirken, Türkiye pazar payı %9 oranında artmıştır. Aynı şekilde konfeksiyonda da dikkate değer bir ÇHC tehdidi görülmemektedir.

ÇHC'nin DTÖ üyeliğinin ardından, Türkiye'nin tekstil sektöründe ABD'ye ihracat artış hızı düşüşe geçmiş, pazar payında ise 2005 yılına dek çok düşük oranda yükseliş gözlenmiştir. Ancak 2005 yılında pazar paylarında gözlenen değişime bakıldığında Türkiye'nin pazar payının %3,4'ten %2,1'e gerilediği, buna karşılık ÇHC'nin payının %7,4'ten %37'ye çıktığı dikkat çekmektedir. Pazar payındaki bu hızlı yükselişin, 2005'te kotaların kaldırılmasının akabinde gerçekleşmesi ve Türkiye'nin pazar payındaki düşüş Çin etkisinin göstergesidir.

2001-2005 yılları arası konfeksiyonda pazar payları değişimi de ÇHC lehine gelişme göstermiş, ÇHC'nin pazar payındaki %29'luk artışa karşın, Türkiye pazar payı %6 oranında düşmüştür. ÇHC ihracatı anılan dönemde değer bazında %230 civarında artış gösterirken, miktar bazındaki artış %503 gibi oldukça yüksek bir düzeyde gerçekleşmiştir. Türkiye ihracatında ise ilk 2 yıl artış gözlenirse de 2003 yılında ihracat

azalarak artmış, toplamda ise %22’lik bir düşüş olmuştur. Bu durum, ABD pazarında Türkiye konfeksiyon ihracatının tekstilden daha yüksek oranda etkilendiğini göstermektedir. Konfeksiyonun daha fazla emek yoğun oluşu ve Çin’in işçilik maliyetlerindeki üstünlüğü bunun nedeni olarak gösterilebilir. Ayrıca, AB pazarına yakınlık ve hızlı teslim avantajlarıyla AB pazarının sipariş sistemine daha uygun üretim ve dağıtım olanaklarına sahip Türkiye’nin, ABD pazarında Çin ihracatından daha fazla etkilenmesi olağan kabul edilebilir.

Sektörde Türkiye toplam ihracatı 1995-2000 döneminde dört yıl boyunca yaklaşık %6 seviyesinde sabitlenmiş ve 2000 yılında artış eğilimine girmişken, 2003’te 2002’deki değerinde sabit kalmış ve 2004, 2005 yıllarında düşmüştür. Bu düşüşün de özellikle ABD ve AB pazarlarına bağımlı olan Türkiye ihracatına, 2004’te %98 ve 2005’te %59 gibi oldukça yüksek oranlarda artış gösteren ÇHC ihracatının bir yansıması olarak görmek yanlış olmayacaktır.

Saha araştırmasının yapıldığı ev tekstil sektörü, tekstil ve konfeksiyon ihracatı içindeki %12,2’lik payıyla önemli bir yere sahiptir. Araştırmada örnek olarak seçilen işletmenin üretimini yaptığı ürünlerden yatak çarşafı da ev tekstili sektöründe en çok ihracatı gerçekleştirilen, toplam tekstil ihracatında da ikinci sırada yer alan ürün olmuştur. Ancak işletmenin üretimini sürdürdüğü ürün grubu, aynı zamanda Çin ihracatında, ev tekstili ürün grubu içinde %60 gibi bir oranla ilk sırada yer almaktadır.

Firma üretim yapısı Çin’le rekabet edebilecek düzeydedir. Ancak ihracat yaptığı başlıca ülkeler Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatında da olduğu gibi AB ülkeleri ve ABD olmakla birlikte, firma için de büyük ölçüde bu pazarlara bağımlılık mevcuttur. Bu ülkelere yapılan ihracat özellikle 2005 itibarıyla kotaların kaldırılmış olmasından önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu durum gerek ihracat pazarları, gerekse ürettiği ürün grubu açısından işletmenin en önemli rakibi olan Çin’in ihracatından kaynaklandığı açıktır.

Firmanın en önemli rekabet avantajları termin, kapasite ve organizasyonda esneklik olarak sıralanmaktadır ve bu özellikleriyle Türkiye’nin sektördeki ihracat yapısına çok benzemektedir. Ancak sahip olduğu bu rekabet üstünlükleri, Çin’le

rekabette yeterli olamamaktadır. Bu nedenle, işletme için pazar çeşitlendirmesine gitmesi yararlı olacaktır. Nitekim son dönemde yapılan çalışmalar yeni pazarlara yönelmesi yönündedir. Aynı zamanda bu durum Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatının geneli için de geçerlidir ve AB ve ABD pazarlarına bağımlılıktan kurtulup, yeni pazar arayışlarına çalışılması Türkiye'nin ihracat olanaklarını arttırıcı bir etki yaratacaktır.

AB ve ABD pazarları için de, sektördeki yoğun rekabet ortamıyla birlikte gerek firma, gerekse ülke bazında toplam kalite ve müşteri odaklılık kriterlerine önem verilmesi gereği doğmuştur. Son dönemde bu pazarlarda yükselen çevre dostu üretim, ve bu ürünlerin tüketilmesi yönündeki trend de giderek önem kazanmaktadır.

Ayrıca, işletmede yapılan ihracat genellikle marka adı altında değildir ve bu durum Türkiye'de sektörün geneli için de geçerliliğini korumaktadır. Ancak, son yıllarda markalı ihracatı teşvik için Türkiye genelinde çalışmalar başlatılmış, Turquality projesi de yürürlüğe konmuştur.

Sektörün geleceği Türkiye'nin özellikle AB pazarında sahip olduğu avantajlarını geliştirmesi ve rekabet alanını daha kaliteli ve katma değeri yüksek ürünlere yöneltmesine bağlıdır. Mevcut koşullar altında ÇHC ile rekabet zor görünse de mevcut pazarlara bağımlılık azaltılarak pazar çeşitlendirilmesine gidilmesi, hatta ÇHC'yi bir rakip olarak görmektense büyük bir pazar olarak görüp bu pazarda yer edinmeye çalışılması sektörde Türkiye'nin yerinin korunması ve arttırılması için gerekli diğer koşullar olarak görülebilir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

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

Arı, Selçuk, Mehmet Hüseyin Bilgin, Gökhan Karabulut ve Hakan Danış. **Türk Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücünü Artırıcı Politika Önerileri (Dünya Uygulamalarıyla Bir Karşılaştırma).** İstanbul: Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, İstanbul, 2004.

Armutlulu, İsmail Hakkı. **İşletme İstatistiğine Giriş.** İstanbul: Alfa Yayınevi, 1999.

Başer, Bülent. “Uzakdoğu’nun Haksız Rekabetine Karşı Alınacak Tedbirler”. **2004 Antalya Semineri.** Antalya, 24-27 Nisan 2004.

Başlar, Atilla. **Çin’in Dünya Ticaret Örgütü’ne Üyeliğinin Çin Ekonomisi, Dünya Ticareti ve Türkiye Üzerinde Olası Etkileri.** İstanbul: Sınai Yatırım Bankası, 2001.

Başoğlu, Ufuk, Nalan Ölmezoğulları ve İlker Parasız. **Dünya Ekonomisi Küreselleşme Finansal Kurumlar ve Küresel Makro Ekonomi.** Bursa : Ezgi Kitabevi, 1999.

Benli, Ayşe Oya. **Komşu ve Yakın Pazarlar.** Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 2004.

Berksoy, Taner. “ Uluslararası Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti ve Türkiye’nin Konumu”, **Türk Tekstil ve Hazırgiyim Sanayiinin Öncelikleri Semineri Notları.** İstanbul: Altan Yay., 1991.

Bhattasali, Deepak, Shantong Li and Will Martin (Ed.). **China and The WTO Accession, Policy Reform, and Poverty Reduction Strategies.** Washington: A Copublication of World Bank and Oxford University Press, 2004.

Büyüktaşkın, Şener. **Uluslararası Ticarete GATT Düzeni.** Ankara: Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını, No:17, 1983.

Central Intelligence Agency. **The World Factbook 2006.** Washington D.C., 2006.

- Cox, Michael W. and Jahyeong Koo. **China:Awakening Giant**. Dallas: Federal Reserve Bank of Dallas, 2003.
- Das, Dilip K., **Global Trading System at the Crossroads: A Post-Seattle Perspective**. London: Routledge, 2001.
- Demir, Musa. **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü**. Ankara: İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Dairesi Başkanlığı, 2002.
- DİE. **Türkiye İstatistik Yıllığı 2004**. Ankara, 2005.
- Drysdale, Peter and Ligang Song (Ed). **China's Entry to the WTO: Strategic Issues and Quantitative Assessments**. London: Routledge, 2002.
- Dündar, Durmuş ve Orhan Belentepe. **KDV ve Tekstil Sektöründe KDV Konusunda Bir İnceleme**. İstanbul: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2004.
- Efe, Birol. **2005 Sonrasında Türk Tekstil & Hazır Giyim Sektörü Rekabet Gücünü Nasıl Koruyacak**. İzmir: İzmir Ticaret Odası, 2005.
- Ege, A.Yavuz. “Günümüzde ve Gelecekte Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti ve İzlenebilecek Yeni Politikalar”, **Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinde Yeniden Yapılanma ve Endüstri İlişkilerinde Dönüşüm Semineri**. Antalya, 22-27 Mayıs 1999.
- Hartman, U. “Tekstil Endüstrisine Global Bir Bakış”, **X. Uluslar arası Tekstil ve Hazır Giyim Sempozyumu**. Bildiriler, İzmir, 27-30 Ekim 2004.
- Hoekman, Bernard M. and Michel M. Kostecki. **The Political Economy of the World Trading System: From GATT to WTO**. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- Huang, Guobo and Clement Yuk- Pang Wong. **Unification of China’s Foreign Exchange Rates**. Oxford: Oxford University Press, 1996.
- Inotai, András and Harald Sander. **World Trade after the Uruguay Round: Prospects and Policy Options for the Twenty-First Century**. New York: Routledge, 1996.
- İTKİB. **2001 Yılı Hazır Giyim, Tekstil, Deri Ve Halı Sektörlerinin İhracat Performans Değerlendirmesi Ve Performansı Etkileyen Faktörler**. İstanbul, 2002.
- Jackson, John H. and Alan O. Sykes. **Implementing the Uruguay Round**. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- John Croome. **Reshaping the Wold Trading System, A History of the Uruguay Round**. Switzerland: WTO, 1995.

- Kanoğlu, Neşe ve Ç. Emrah Öngüt. **Dünyada ve Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye’nin Rekabet Gücü.** Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayını, No:2668, 2003.
- Kemenade, Willam von. **Çin Hong Kong Tayvan A.Ş. Yeni Bir İmparatorluk.** Armağan Anar (çev.). İstanbul: Sabah Kitapları, 1999.
- Kumaraswamy, P. R. (Ed). **China and The Middle East The Quest for Influence.** New Delhi: Sage Publications, 1999.
- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı. **KOBİ Ekonomisi (Tekstilde 2005 Stratejisi ve KOBİ’ler İçin Öneriler.** Ankara, 2004.
- Külünk, Metin. **Uluslararası Ticarete Tarife Dışı Engeller ve İhracatçılarımızın Karşılaştığı Zorluklar.** İstanbul : Çınar Yayınları, 2004.
- Lardy, Nicholas R. **Chinas Unfinished Economic Revolution.** Washington : The Brookings Institution Press, 1998.
- Lardy, Nicholas R. **Foreign Trade and Economic Reform in China 1978-90.** Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- Lawrence, J.Lau. **The Chinese Economy After The Sixteenth Party Congress.** CA: Stanford University Asia/Pasific Research Center, 2003.
- Lovatt, Debbie. **Turkey Since 1970: Politics, Economics and Society.** New York: Palgrave, 2001.
- Lo, Vai Io and Xiaowen Tian, **Law and Investment in China: The Legal and Business Environments After China's WTO Accession.** London: Routledge Curzon, 2005.
- Matthews, Duncan. **Globalising Intellectual Property Rights: The Trips Agreement.** London : Routledge, 2002.
- Melemen,Mehmet. **Uygulamalı Dış Ticaret İşlemleri.** İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2003.
- Mergen, Sema ve Ayşegül Müftüoğlu. **Tekstil Konfeksiyon ve Ayakkabı.** İstanbul: Garanti Bankası Kredi Politikaları Müdürlüğü, 2004.
- Michalopoulos, Constantine. **Developing Countries in the WTO.** New York: Palgrave, 2001.
- Ok, Selçuk Tayfun ve Atilla İmrahor İlyas. **Çin Halk Cumhuriyeti Tüketim Malları İhracat Pazar Araştırması.** İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayın No:76, 1998.

- Organisation For Economic Co-Operation and Development. **China In The 21st Century Long Term Global Implications**. Paris, 1999.
- Öz İplik İş Sendikası. **Tekstil Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri**. Ankara, 2005.
- Robertsen, David (Ed.). **East Asian Trade After the Uruguay Round**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- Sabutay, Tülay. **Tekstil Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri**. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, 2005.
- Sachs, Jeffrey (Ed.). **Developing Country Debt and World Economy**. Chicago and London: University of Chicago Press, 1989.
- Sato, Ryuzo, Rama V. Ramachandran and Kazuo Mino (Ed). **Global Competition and Integration**. Massachusetts : Kluwer Academic Publishers, 1998.
- Sevim, Ümit. **Hazır Giyim: Alternatif Pazarlar**. TC Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara, Temmuz, 1999.
- Sevim, Ümit. **Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkanları**. Ankara: İGEME, 2002.
- Şahin, Adem. “Sanayiinin ve Özellikle Tekstilin Denizli’nin Gelişmesindeki Önemi”. **İKV Denizli İlinin Ekonomik Gelişmesi Semineri**. Denizli, 1997.
- TGSD. **Türk Hazır Giyim Sektörü Ufuk 2010 Yol Haritası Global Hedefler ve Politikalar**. İstanbul, 2004.
- Thoburn, John T., H. M. Leung, Esther Chau and Sam Hak Kan Tang. **Foreign Investment in China Under The Open Door Policy**. Hong Kong: Avebury, 1990.
- Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, **Dünya Ekonomisinin Yeni Sorunu: Çin Tehdidi**. Ankara: Ankara Ajans, Temmuz 2004.
- Uludağ Üniversitesi. **Dünyada ve Türkiye’de Ev Tekstilleri İhracatı ve İthalatı 1999-2003**. Bursa, 2005.
- United States Government Accountability Office. **U.S. - China Trade Textile Safeguard Procedures Should Be Improved**. Washington D.C., 2005.
- U.S. International Trade Commission. **Textiles And Apparel: Assessment of The Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U.S. Market**. January, Washington, 2004.
- Uzunoğlu, Sadi, Kerem Alkın, Can Fuat Gürlesel ve Uğur Civelek. **Dış Rekabet Baskısındaki Sektörlerde Maliyet Profili**. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını, No: 43, 2001.

Vural, Koray. **GATT Normları ve Uluslar arası Bütünleşmeler Açısından Devlet Yardımları**. Ankara: DPT, 1995.

Worden, Robert L., Andrea Matles Savada and Ronald E. Dolan(Ed). **China: a country study / Federal Research Division**. 4th ed., Washington D.C.: Library of Congress , 1988.

WTO. **International Trade Statistics**. Switzerland, 2005.

Yılmaz, Hülya ve Ruhan Safel. **Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**. Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O, Sektör Araştırmaları Serisi, No:34, İstanbul, 2004.

Zheng, Henry R. **Legal Structure of International Textile Trade**. New York: Quorum Books, 1988.

Süreli Yayınlar

Altunyaldız, Ziya. “Tekstil Ve Hazır Giyim Sektöründe Zorlaşan Uluslararası Rekabet Ve Çin Tehdidine Karşı Alınabilecek Tedbirler”, **İGEME’den Bakış**. S.26, ss.31-44, Ocak-Nisan 2004.

Arısoy, Ebru, Güzin Bayar ve Burak Soranlar. “Asya’nın Devi: Çin Halk Cumhuriyeti”, **Dış Ticaret Dergisi**. Yıl:9, S.32, ss.1-42, Temmuz 2004.

Aydıntan, Belgin. “Çin Halk Cumhuriyeti’nin Dünya Ticaret Örgütüne Katılmasının Türkiye’nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatına Muhtemel Etkileri”, **Öneri**. C.6, S.21, ss.97-105, Ocak 2004.

Bastı, Eyüp. “Türkiye Tekstil Sektörünün Çin İle Sınavı”, **Dünya Gazetesi**. 23 Haziran 2005, s.7.

Çiçek, Ayfun. **Ekonomik Forum**. ss.62-66, Aralık, 2004.

Dilber, İlkey. “Tekstil ve Konfeksiyon Sanayinin Rekabet Gücü”,**Yönetim ve Ekonomi**. C.11., S.2, ss.85-97, 2004.

Doğan, Özlem İpekgil. “Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. C.2, S.1, ss.1-56, 2000.

Ekonomik Forum. “Çin Halk Cumhuriyetinin Dünya Ticaret Örgütü’ne Üyeliğinin Getirdikleri”. ss.48-59, Mart 2004.

Ercan, Emine. “Changing World Trade Conditions Force the Turkish Textile And Apparel Industry to Create New Strategies”, **Journal Of Textile Apparel, Technology and Management**. Vol.2, Issue IV, pp.1-8, 2002.

- Gediz, Burcu ve Hakan Yalçınkaya. “Türkiye’de İhracat Projeksiyonu”, **Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi**. C.11, S.1., ss.35-55, 2004.
- Hu, Xiaoling and Watkins D. “The Evolution of Trade Relationships Between China and EU Since the 1980s”, **Business Review**. Volume 99, Number 3, pp.54-161, 1999.
- Karakaya, Erkin. “Türkiye Markalarını Dünyaya Turquality ile Tanıştıracak”, **Endüstri Bilimleri Teknoloji Topluluğu**. S.3, ss.11, Mayıs 2004.
- Kaya, Muammer. “2005 Türkiye Ekonomisine Bakış ve 2006 Ekonomisinden Beklentiler”, **Üniversite ve Toplum**, C.6, S.2., ss.1-4, Haziran 2006
- Kızıltan, Alaattin. “Tek Kutuplu Bir Dünyada Çin Halk Cumhuriyeti’nin ‘Süpergüç’ Olabilirliği”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. C.5, S.1., ss.45-66, 2004.
- Kueh, Y.Y. “Foreign Direct Investment And Economic Change in China”, **China Quarterly**. 131, ss.637-690, 1992.
- Oran, Umut. “Türk Hazır Giyim Sanayiinin 2003 Yılı Değerlendirmesi ve Gelecek için Öngörüler”, **Tekstil İşveren**. S:288, ss.61-65, Aralık 2003.
- Tarakçıoğlu, Işık. “Avrupa Birliği Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiini Harcıyor mu?”, **Tekstil İşveren**. S.287, ss.38-46, Kasım 2003.
- Tarakçıoğlu, Işık. “Tekstil Sanayi Gelecekte Nerede Üretecek?”, **Tekstil İşveren**. S.299, ss.42-56, Kasım 2004.
- The Economist. “Special Report: China’s Economy”. 15 May 2004, pp.67-69.
- Tuncer, Nihal. “Türk İmalat Sanayiinin Dış Rekabet Gücü Üzerine Bazı Gözlemler”, **Dünü ve Bugünüyle Toplum ve Ekonomi**. S.1, ss.122-134, Mart 1991.
- Uzay, Nispet. “Değişen Dünya Koşullarında Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Geleceği”, **İktisat İşletme ve Finans**. S.229, ss.54-68, Mart 2005.
- Varol, Kübra. “Tekstilde Kotasız Dönem Başlarken Çin ‘İmparatorluğunu’ Genişletme Yolunda”, **Activeline Gazetesi**. S.58, ss.1-15, Ocak 2005
- Yeldan, Erinç. “İstikrar, Kim İçin? Kriz İdaresi Üzerine Değerlendirmeler”, **Birikim**. S.163, ss.1-20, Kasım 2002.

Diğer Yayınlar

- Akbulut, Ural. “Açılış Seremonisi”. 2 Mart 2005.
http://www.ba.metu.edu.tr/~manclub/yildiz/yildiz_2_1.htm (11 Nisan 2006).
- Alan, Üstün. “Çin’in Dünya Ticaret Örgütü’ne Üyeliği Ve Küresel Etkileri”. Ekim 2002. <http://www.dtm.gov.tr/ead/ekonomi/sayi12/cin.htm> (10 Nisan 2005).
- Aşkın, Fatma Sebla. “Tekstil sektörü ve Finansal Yapının İncelenmesi”,
Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi SBE, 2000.
- Buğra, İpar. “Türkiye İhracatının Gelişimi”. 9 Eylül 2005.
<http://www.dtm.gov.tr/IHR/genel/genel.htm> (10Aralık 2005).
- China Radio International. “Çinli Ekonomi Uzmanları, Çin Ekonomisinin Gelişmesine Ölçülü Bir İyimserlikle Yaklaşıyor”. 25 Ocak 2006.
<http://tr.chinabroadcast.cn/1/2006/01/25/1@45867.htm> (28 Ocak 2006).
- Çarıkçı, Emin. “Ekonomik Gelişmeler, GB’nin Zararı Ve AB İle Müzakereler”. 23 Aralık 2005. www.cankaya.edu.tr (29 Aralık 2005).
- Demir, Musa. “Tekstil Ve Hazırgiyim Sektörü Kotarın Kalması Sonrasına İlişkin Değerlendirmeler”, **Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği Paneli**. İstanbul, Ekim 2004.
- Diao, Xinshen and Agapi Somwaru. “Impact Of The MFA Phase-Out On The World Economy: An Intertemporal Global General Equilibrium Analysis”. Trade And Macroeconomics Division Discussion Paper No:79, Washington D.C., 2001.
- DİE. Dış Ticaret İstatistikleri. 2006.
http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/DISTICIST/k_280206.xls (28 Şubat 2006).
- DTM. “Çin Halk Cumhuriyeti’nin DTÖ’ne Katılımının Tekstil ve Konfeksiyon İhracatımıza Muhtemel Etkilerine İlişkin Değerlendirme”.
<http://www.dtm.gov.tr/Ab/cinnotu.htm> , (11 Mayıs 2005).
- DTM. **Tekstil-Konfeksiyon Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu**. Ankara, Haziran 2004.
- DTM. “Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Gelişmeler”. 9 Eylül 2005.
<http://www.dtm.gov.tr/IHR/madde/Tekstil2005.htm> (11 Aralık 2005).

DTM. Kur Politikası. <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/strateji/III-6.htm> (11 Ağustos 2005).

DPT. **Ankara Anlaşması ve Katma Protokol**. C.2, Ankara, Ağustos 1993.

DPT. **Dokuzuncu Kalkınma Planı Hazır Giyim ve Konfeksiyon Raporu**. Ankara, 2005.

DPT. **Ekonomik Gelişmeler**. Ankara, Aralık 2005.

DPT. **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Tekstil ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**. Yayın no.2549, ÖİK:565, Ankara, 2001.

“Dünyada Tekstil Sektörü”. *Kobi Finans*. 2004.
<http://www.kobifinans.com.tr/icerik.php?Article=894&Where=sektor&Category=&Topic=5> (12 Ekim 2004)

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayii Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı. **Çin Halk Cumhuriyeti Raporu**. Ankara, Ocak 2004.

Fan, Chengze Simon. “Çin Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Çekmede Neden Başarılıdır: İşlem Maliyetleri Yaklaşımı”. 1999.
<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan99/cin.htm> (1 Nisan 2005)

Friedlander, F. **Evolving U.S.Distribution Patterns Gherzi Consultancy Report**. Zürih-İstanbul, 2002.

Güloğlu, Tuncay. “The Reality of Informal Employment in Turkey”. Visiting Fellow Working Papers, Cornell University, 2005.

Hazine Müsteşarlığı. **Doğrudan Yabancı Yatırım Raporu**. Kasım 2005

Hürriyetim, “Enflasyon 33 Yıl Sonra Tek Hane”. 3 Ocak 2005.
<http://www.hurriyetim.com.tr/haber/0,,sid~4@nvid~519092,00.asp> (3 Ocak 2005).

Denizli Sanayi Odası. **Ev Tekstili**. 2005.
<http://www.denizliso.tobb.org.tr/duyurular/evtekstili.pdf> (20 Nisan 2006).

Institut Francais De La Mode and Partners. “Study On The Implications Of The 2005 Trade Liberalization In The Textile And Clothing Sector”, **Consolidated Report**. Part 1, Paris, February 2004.

İktisadi Kalkınma Vakfı. “AB Kavramlar Sözlüğü”. 2005.
<http://www.ikv.org.tr/sozluk2.php?ID=1136> (22 Ekim 2005).

İTKİB. DTÖ Anlaşmaları. 2005. <http://www.itkib.org.tr/?CID=IHRACAT&urlID=608> (26 Ağustos 2005).

- İTKİB. **Hedef Pazar Amerika Birleşik Devletleri Raporu**. İstanbul, 2002.
- İTKİB. **Tekstil Sektörünün 2005 Ocak-Eylül İhracat Performans Değerlendirmesi**. İstanbul, Ekim 2005.
- Karasu, Aslı. “The Role Of China in The World Economy”, Master Thesis. Yeditepe University GIOSS, 2004.
- Lichtenstein, Peter M. “Çin’in Dış Ticaret ve Yatırım Rejiminin Liberalleştirilmesinin Birbirinin Karşıtı İki Görüş Tarafından Yorumlanması”, *Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi*. 2001, C: 19, S: 4, <http://www.iktisat.uludag.edu.tr/dergi/11/19-aylin/19-aylin.htm> ss.1, (28 Aralık 2005).
- Mollasalihoğlu, Yavuz. “İhracat Teşvikleri”. 1999.
<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan99/ihrtes.htm>
- Nordas, Hildengunn Kyvik. “The Global Textile And Clothing Industry Post The Agreement On Textiles And Clothing”. WTO Discussion Paper No:5, Switzerland, 2004.
- “Tekstil Kan Kaybediyor”, *Ortadoğu*. 2006.
http://www.ortadogugazetesi.net/haber_dv.asp?haber=15084 (21 Şubat 2006)
- Oğuz, Gencay. “Case Analysis of the Turkish Home Textile Sector”, *Turkishtime*. 2004. Vol.5. http://www.turkishtime.org/sector_5/20.asp (16 Mayıs 2006).
- Özel, Hanife Lale. “Türkiye’nin Suriye, Mısır, Ürdün, İsrail ile Ticari İlişkiler Çerçevesinde Tekstil İhracatı” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi OAE, 2005.
- Öztürk, Hüseyin. “Dünya Tekstil Ve Konfeksiyon Ürünleri Ticaretine Uygulanan Ticaret Politikası Önlemlerinin Dünyü Bugünü Ve Geleceğinin İrdelenmesi”. 1999. <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ocak99/dunya.htm> (25 Ocak 2005).
- Parkes, David T. “Global Boiling World Textile And Apparel Industry Post Jan 2005”, **International Textile Conference** , İstanbul, 19-21 May 2005.
- Parkes, David T. “Turkey : 2005 An Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry”. England: Dyehouse Solutions International, January 2005.
- Sarı, Aydın. “Globalleşme Sürecinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün Analizi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi SBE, 1999.
- State Planning Organization. **Sector Profiles of Turkish Industry: A General Outlook**. Ankara, 2004.

Süzer, Hande D. “Çin’le rekabetin Yolu Mal Satmaktan Geçiyor”, *Capital*, 1 Mart 2005, http://www.capital.com.tr/print.aspx?HBR_KOD=2043 ss.1, (8 Ağustos 2005).

TGSD. **2003 Yılı Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayii Değerlendirme Raporu**, İstanbul, Ocak 2004.

TOBB. “Türkiye’de Yatırımlara ve İhracata Yönelik Devlet Destekleri”, **TOBB Rehberi**. Ankara, Nisan 2001

UNCTAD. “Dünya Ticaret Sistemi İçinde Çin’in Önündeki Fırsatlar ve Güçlükler”, Basın Açıklaması. 29 Nisan 2002.

EKLER

EK – 1: AB’nin ÇHC’den İthalatında Kota Kullanımı %80’i aşan Kategoriler

AB’nin ÇHC’den İthalatında Kota Kullanımı %80’i aşan Kategoriler				
Kategori	Tanım	Kota Kullanım Oranı (%)		
		2001	2002	2003
2	PAMUKLU MENSUCAT	94,91	106,21	102,92
3	SENTETİKTEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	87,88	109,25	97,58
4	GÖMLEKLER, TİŞÖRTLER	99,82	100,11	100,30
5	ANORAKLAR, KAZAKLAR	100,15	98,16	99,97
6	ERKEKLER İÇİN ŞORTLAR	95,59	99,11	100,23
7	KADINLAR İÇİN GÖMLEK - BLUZ	96,43	97,43	94,17
8	ERKEKLER İÇİN GÖMLEKLER (ÖRME OLANLAR)	99,41	99,86	97,23
9	PAMUKTAN HAVLU CİNSİ BUKLELİ MENSUCAT	109,13	103,24	108,17
10	ELDİVENLER	91,11		
12	ÇORAPLAR	97,90	111,30	106,98
13	ERKEKLER İÇİN KÜLOTLAR VE SLİPLER	107,13	105,97	106,60
14	ERKEKLER İÇİN PALTOLAR	94,67		
15	KADINLAR İÇİN MANTOLAR	110,98	104,74	107,58
16	ERKEKLER İÇİN TAKIM ELBİSELER	88,78	99,85	112,29
17	ERKEKLER İÇİN CEKETLER	87,68		
18	ERKEKLER İÇİN İÇ ÇAMAŞIRLARI, PİJAMALAR	92,55		
20/39	YATAK ÇARŞAFLARI/MASA ÖRTÜLERİ	102,39	110,72	107,50
21	PARKALAR	98,82		
24	GECE GÖMLEKLERİ, PİJAMALAR	87,54		
26	KADINLAR İÇİN ELBİSELER	111,17	101,86	106,72
28	PANTOLONLAR	80,56	83,01	105,90
29	KADINLAR İÇİN TAKIM ELBİSELER	109,67	107,73	106,70
31	SÜTYENLER	102,68	108,58	108,63
32	KADİFE, PELÜŞ VE TIRTIL MENSUCAT	99,20		
68	BEBEKLER İÇİN GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI	97,05		
73	ÖRME EŞOFMANLAR	87,88		
76	MESLEKİ GİYİM EŞYALARI	87,31		
78	DOKUMA DİĞER GİYİM EŞYASI	109,81	105,18	105,16
83	ÖRME DİĞER GİYİM EŞYASI	108,26	107,85	106,41
163	GAZ BEZLERİ VE GAZLI DİĞER EŞYA	111,99	108,40	105,59
115	KETEN VEYA RAMİ İPLİKLERİ	107,15	108,89	108,45
117	KETEN VE RAMİDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	106,29	99,89	91,08
118	KETEN VE RAMİDEN MASA ÖRTÜLERİ			97,97
157	ÖRME GİYİM EŞYASI			86,93

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr , 11 Haziran 2005

EK – 2: Avrupa Birliği Tekstil İthalatı

2004-2005 Yılları Avrupa Birliği Tekstil İthalatı (Miktar-Değer)

	2004 İthalat		Ocak-Eylül 04 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül 05 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül Değişim 04/05 %	
	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer	Miktar
Dünya	14.303.917	4.510.469	10.757.847	3.383.440	%100	%100	10.472.627	3.381.444	%100	%100	-2,7	-0,1
ÇHC	2.049.490	497.704	1.551.085	377.121	%14,40	%11,10	1.907.698	484.124	%18,20	%14,30	23,0	28,4
Türkiye	1.846.157	525.045	1.364.431	385.904	%12,70	%11,40	1.350.551	384.052	%13	%11,40	-1,0	-0,5

Kaynak: Directorate General Trade of the European Commission,

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2005/november/tradoc_126222.pdf , 21 Aralık 2005.

2001-2004 Yılları AB-25 Tekstil İthalatı

		Milyon Euro				2004 Payı %	2001/2004 Artış %
		2001	2002	2003	2004		
	Dünya	18.523	17.660	16.902	17.536	100	-5,3
1	ÇHC	2.216	2.462	2.710	3.182	18,1	43,6
2	Türkiye	2.500	2.444	2.532	2.777	15,8	11,1
3	Hindistan	2.104	1.850	1.791	1.956	11,2	-7
4	Pakistan	1.166	1.246	1.278	1.406	8	20,6
5	İsviçre	1.296	1.167	1.092	999	5,7	-22,9
6	ABD	1.615	1.332	1.040	873	5	-45,9
7	Güney Kore	1.140	1.085	929	832	4,7	-27,1
8	Japonya	775	683	564	536	3,1	-30,8
9	Tayvan	677	616	500	427	2,4	-37
10	Endonezya	634	597	471	416	2,4	-34,3

Kaynak: Eurostat , <http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statistics.htm>, 11 Temmuz 2005.

EK – 3: Avrupa Birliği Konfeksiyon İthalatı

2004-2005 Yılları Avrupa Birliği Konfeksiyon İthalatı (Miktar-Değer)

	Ocak-Eylül 04 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül 05 İthalat		Dünyadaki Payı		Ocak-Eylül Değişim 04/05 %	
	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer 1000 Euro	Miktar Ton	Değer	Miktar	Değer	Miktar
Dünya	41.829.055	3.693.351	%100	%100	44.067.978	4.040.699	%100	%100	5,4	9,4
ÇHC	9.785.025	1.114.608	%23,40	%30,20	14.507.769	1.606.900	%32,90	%39,80	48,3	44,2
Türkiye	6.580.959	475.730	%15,70	%12,90	6.852.528	490.826	%16	%12,10	4,1	3,2

Kaynak: Directorate General Trade of the European Commission ,

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2005/november/tradoc_126223.pdf , 21 Aralık 2005

2001-2004 Yılları AB-25 Konfeksiyon İthalatı

		Milyon Euro				2004 Payı %	2001/2004 Artış %
		2001	2002	2003	2004		
	Dünya	45.667	46.532	47.197	49.790	100	9
1	ÇHC	8.351	9.333	10.219	11.486	23,1	37,6
2	Türkiye	5.900	6.925	7.410	7.679	15,4	30,2
3	Romanya	3.382	3.757	3.834	3.841	7,7	13,6
4	Bangladeş	2.823	2.744	3.113	3.719	7,5	31,8
5	Tunus	2.891	2.908	2.742	2.602	5,2	-10
6	Hindistan	2.211	2.322	2.380	2.476	5	12
7	Fas	2.648	2.612	2.494	2.423	4,9	-8,5
8	Hong Kong	2,6	2.345	2.107	1.962	3,9	-24,6
9	Endonezya	1.795	1.476	1.360	1.335	2,7	-25,6
10	Bulgaristan	1.013	897	994	1.075	2,2	6,1

Kaynak: Eurostat , <http://ec.europa.eu/enterprise/textile/statistics.htm> , 11 Temmuz 2005

EK – 4: Amerika Birleşik Devletleri Tekstil İthalatı

1995-2000 Yılları ABD Tekstil İthalatı (Milyon Dolar)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dünya	9.304	9.527	11.175	12.222	12.948	14.460
ÇHC	1.282	1.120	1.536	1.589	1.759	2.029
ÇHC'nin Payı %	13,8	11,8	13,7	13,0	13,6	14,0
Türkiye	175	167	214	286	350	415
Türkiye'nin Payı %	1,9	1,8	1,9	2,3	2,7	2,9

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 22 Eylül 2005

1995-2000 Yılları ABD Tekstil İthalatı (Milyon m²)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dünya	9.053	9.405	11.545	13.059	14.512	16.829
ÇHC	909	782	1.148	1.033	1.125	1.289
ÇHC'nin Payı %	10,0	8,3	9,9	7,9	7,8	7,7
Türkiye	151	153	220	309	482	569
Türkiye'nin Payı %	1,7	1,6	1,9	2,4	3,3	3,4

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 20 Eylül 2005

ABD Tekstil İthalatı: 2001-2005 (Milyon Dolar)

	2001	2002	2003	2004	2005
Dünya	13.779	15.220	16.272	18.543	20.492
ÇHC	1.934	3.150	4.351	5.630	7.262
ÇHC'nin Payı %	14,0	20,7	26,7	30,4	35,4
Türkiye	406	488	486	595	665
Türkiye'nin Payı %	2,9	3,2	3,0	3,2	3,2

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata>, 2 Nisan 2006

ABD Tekstil İthalatı: 2001-2005 (Milyon m²)

	2001	2002	2003	2004	2005
Dünya	16.708	21.032	23.363	26.985	28.829
ÇHC	1.235	3.398	5.998	8.690	10.880
ÇHC'nin Payı %	7,4	16,2	25,7	32,2	37,7
Türkiye	565	721	652	675	604
Türkiye'nin Payı %	3,4	3,4	2,8	2,5	2,1

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata>, 2 Nisan 2006

Ek – 5: Amerika Birleşik Devletleri Konfeksiyon İhracatı

1995-2000 Yılları ABD Konfeksiyon İthalatı (Milyon Dolar)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dünya	34.649	36.389	42.827	48.176	50.795	57.232
ÇHC	3.518	3.769	4.488	4.312	4.370	4.499
ÇHC'nin Payı %	10,2	10,4	10,5	9,0	8,6	7,9
Türkiye	630	579	672	781	834	1.048
Türkiye'nin Payı %	1,8	1,6	1,6	1,6	1,6	1,8

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 20 Eylül 2005

1995-2000 Yılları ABD Konfeksiyon İthalatı (Milyon m²)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dünya	9.255	9.658	11.349	12.886	14.103	16.035
ÇHC	862	862	947	910	910	929
ÇHC'nin Payı %	9,3	8,9	8,3	7,1	6,5	5,8
Türkiye	178	150	174	203	230	298
Türkiye'nin Payı %	1,9	1,6	1,5	1,6	1,6	1,9

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata> , 20 Eylül 2005

ABD Konfeksiyon İthalatı: 2001-2005 (Milyon Dolar)

	2001	2002	2003	2004	2005
Dünya	56.460	56.963	61.162	64.768	68.713
ÇHC	4.602	5.594	7.258	8.928	15.143
ÇHC'nin Payı %	8,2	9,8	11,9	13,8	22,0
Türkiye	1.045	1.190	1.257	1.169	944
Türkiye'nin Payı %	1,9	2,1	2,1	1,8	1,4

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata>, 17 Mayıs 2006

ABD Konfeksiyon İthalatı: 2001-2005 (Milyon m²)

	2001	2002	2003	2004	2005
Dünya	16.103	17.256	18.864	19.951	22.010
ÇHC	976	1.565	2.290	2.973	5.883
ÇHC'nin Payı %	6,1	9,1	12,1	14,9	26,7
Türkiye	306	347	374	307	239
Türkiye'nin Payı %	1,9	2,0	2,0	1,5	1,1

Kaynak: US Department of Commerce, <http://otexa.ita.doc.gov/scripts/tqads1.exe/catdata>, 17 Mayıs 2006

EK – 6: ABD'nin Çin ve Türkiye'den İthalatında Kota Kullanım Oranı %80'i Aşan Kategoriler

2003 Yılı, ABD'nin Türkiye'den İthalatında Kota Kullanım Oranı %80'i Aşan Kategoriler

Kategori	Tanım	Kota Kullanım Oranı %
338/339/638/639	Pamuklu ve suni/sentetik örme gömlekler	82.5
347/348	Pamuklu kumaştan pantolonlar	91.2
351/651	Pamuklu ve suni/sentetik gece giysileri ve pijamalar	90.1
361	Yatak çarşafı	90.6

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr , 21 Mayıs 2005

2003 Yılı İtibariyle ABD'nin ÇHC'den İthalatında Kota Kullanım Oranı

%80'i Aşan Kategoriler

Kategori	Tanım	Kota Kullanım Oranı %
218	Farklı renk ipliklerden kumaşlar	82.7
224	Tüylü kumaşlar	100.0
225	Mavi denim	100.0
313	Çarşaf kumaşı	84.3
314	Poplin ve Çuha	88.2
326	Saten	83.2
334	Erkekler için paltolar	92.3
335	Bayanlar için paltolar	93.7
338/339	Örme gömlekler	87.6
340	Bayanlar için gömlek ve bluzlar	83.1
342	Gömlekler	80.5
345	Kazaklar	89.1
347/348	Pantolon ve Şortlar	94.9
352	İçgiyim	85.2
359	Diğer pamuktan elbiseler	83.6
361	Çarşaflar	87.2
363	Yatak Örtüleri	83.8
433	Erkekler için takım ceketler	93.7
434	Erkekler için diğer ceketler	89.8
442	Etekler	83.1
445/446	Kazaklar	96.9
447	Erkekler için pantolonlar	92.0
448	Bayanlar için pantolonlar	89.1
613	Çarşaflar	87.2
614	Poplin ve Çuha	87.9
617	Kabarık kumaş ve satenler	90.0
633	Erkekler için takım ceketler	86.7
634	Erkekler için diğer ceketler	84.2
635	Bayanlar için ceketler	85.3
636	Bayan elbiseleri	94.5
638/639	Örme gömlek ve bluzlar	82.5
640	Bayanlar için gömlekler	90.6
641	Bayanlar için gömlek ve bluzlar	95.0
642	Gömlekler	81.9
643	Erkekler için takımlar	94.1
644	Bayanlar için takımlar	90.2
645/646	Kazaklar	79.8
647	Erkekler için pantolonlar	93.4
648	Bayanlar için pantolonlar	91.8
651	Pijamalar	88.4
652	İç giyim	92.3
659	Diğer sentetik ve suni elyaftan giyim eşyası	91.5
666	Sentetik ve suni elyaftan döşemelikler	81.0
845	Pamuk dışı elyaftan kazaklar	82.0

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr , 21 Mayıs 2005