

İÇİNDEKİLER.....	I
DEĞERLENDİRME KURULU ÜYELERİ.....	VII
YAZAR.....	VIII
GRAFİKLER VE ŞEKİLLER LİSTESİ.....	IX
TABLolar LİSTESİ.....	X
GİRİŞ .....	XI

## 1.BÖLÜM

### 1. TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE DURUMU

1.1. Tekstil Sektörünün Tanımı.....	1
1.2. Türk Tekstil Sektörünün Tarihsel Süreci.....	2
1.3. Alt Sektörlerin Durumu.....	4
1.3.1. Pamuklu Sektörü.....	5
1.3.1.1. Pamuk İpliği.....	11
1.3.1.2. Pamuk Dokuma.....	12
1.3.2. Yünlü Sektörü.....	12
1.3.3. Tekstil Terbiye Sektörü.....	14
1.3.4. Keten – Kendir – Jüt Sektörü.....	16
1.3.5. Suni – Sentetik Sektörü.....	17
1.3.6. Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü.....	19

## 2.BÖLÜM

### 2. DÜNYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİNİN DURUMU

2.1. Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü.....	26
2.1.1. Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon.Sektörünün Pazar Büyüklüğü. 28	
2.1.2. Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Dış Ticareti.....	30
2.1.3. AB Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Kuvvetli ve Zayıf Yönleri....	32
2.1.3.1. AB Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Kuvvetli Yönleri.....	32

2.1.3.2. AB Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Zayıf Yönleri.....	33
<b>2.2. Kuzey Amerika’da Tekstil – Konfeksiyon Ticareti ve Kuzey Amerika Serbest Ticaret Antlaşması (NAFTA) .....</b>	<b>33</b>
<b>2.3. Tekstil Konfeksiyon Ürünleri ile ilgili Uluslar arası Düzenlemeler .....</b>	<b>37</b>
2.3.1. Çok Elyaflılar (MFA) Dönemi.....	39
2.3.2. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Dönemi.....	40
2.3.2.1. Ticarete Teknik Engeller Antlaşması .....	41
2.3.2.2. Menşe Kuralları Antlaşması.....	42
2.3.2.3. Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler Antlaşması.....	42
2.3.2.4. Anti-Damping Önlemleri Prosedürü.....	42
2.3.2.5. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Antlaşması.....	43
<b>2.4. Kota Serbestisinin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Etkisi.....</b>	<b>44</b>
2.4.1. Kota Serbestisinin Tahmini Sonuçları .....	46

### **3.BÖLÜM**

#### **3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN SWOT ANALİZİ**

##### **3.1. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN GÜÇLÜ YÖNLERİ**

<b>3.1.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Genel Görünümü.....</b>	<b>52</b>
3.1.1.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Ana Özellikleri.....	54
3.1.1.2. Alt Sektörlerin Durumu.....	55
3.1.1.3. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Yapısı.....	57
3.1.1.4. Türkiye Konfeksiyon İhracatı.....	58
3.1.1.5. Türkiye Tekstil İthalatı.....	60
<b>3.1.2. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Üretim Kapasitesi.....</b>	<b>62</b>

##### **3.2. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN ZAYIF YÖNLERİ**

<b>3.2.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Üretim Şekli.....</b>	<b>64</b>
3.2.1.1. Kurulu Kapasitesi.....	65

3.2.1.2. Tekstil Hammadde ve Mamulleri .....	66
3.2.1.3. Tekstil Makine Yedek Parça ve Tekstil Kimyasal Maddeleri .....	68
<b>3.2.2. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği.....</b>	<b>68</b>
3.2.2.1. Üretim Maliyetleri .....	69
3.2.2.2. İşgücü Maliyetleri .....	69
3.2.2.3. Genel Üretim Giderleri .....	70
3.2.2.4. Özendirme Politikaları .....	71
3.2.2.5. Kur Politikaları .....	72
3.2.2.6. Pazarlama Politikaları ve Markalaşma.....	74
3.2.2.7. Finansman Politikaları.....	75
<b>3.2.3. Türkiye Tekstil İthalatı .....</b>	<b>77</b>
<b>3.2.4. Türkiye Konfeksiyon İthalatı .....</b>	<b>79</b>

### **3.3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ İÇİN FIRSATLAR**

#### **3.3.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avantajları**

3.3.1.1. Hammadde Maliyetlerinin AB Ülkeleri Karşısında Düşük Seviyede Tutulması.....	81
3.3.1.2. İşçilik Maliyetlerinin AB Ülkeleri Karşısında Düşük Olması.....	81
3.3.1.3. Pazara Yakınlık ( AB Pazarı).....	81
3.3.1.4. Hızlı Mal Teslimi.....	82
3.3.1.5. Sektörün Gelişmiş Olması.....	82
3.3.1.6. Esnek Üretim Yapısı.....	82
3.3.1.7. Üretim Çeşitliliğinin Fazla Olması.....	82
3.3.1.8. Sektörün İstanbul’da Yoğunlaşmış Olması.....	82
3.3.1.9. Çevre Bilincinin Gelişmiş Olması.....	83
3.3.1.10. Birçok Tanınmış Markanın Ülkemizde Üretilmesi.....	83
<b>3.3.2. Gümrük Birliği .....</b>	<b>83</b>
3.3.2.1. Gümrük Birliğinin Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Etkisi.....	85
3.3.2.2. Gümrük Birliği Sonrasındaki AB-Türkiye Gelişmeleri .....	88

### **3.4. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN TEHDİTLERİ**

#### **3.4.1. Dünya'nın En Büyük Tehdidi Çin**

3.4.1.1. Çin'in Doğal Kaynakları ve Sektörel Görünümü.....	90
3.4.1.2. Çin'in Büyüme Performansı.....	91
3.4.1.3. Çin'e Yabancı Sermaye Yatırımları.....	92
3.4.1.4. Çin'in Ekonomi Politikaları ve Reform Çalışmaları .....	93
3.4.1.5. Çin'de Çalışma Hayatı.....	94
3.4.1.6. Çin'in Dünya'ya Açılması ve WTO Üyeliği.....	95
3.4.6.1. Çin, Dış Ticaret ve Ödemeler Dengesi Gelişmeleri.....	95
3.4.6.2. Çin'in WTO Üyeliği.....	96
3.4.6.3. Çin'in WTO Üyeliği ve Türkiye İlişkileri.....	98
3.4.1.7. Çin Ekonomisinin Gelişim Evresi.....	99
3.4.1.8. Çin Ekonomisinde Yönetim Yaklaşımı.....	101
3.4.1.9. Çin, Malları Nasıl Ucuza Üretmektedir ?.....	102
3.4.1.10. Çin'de Üretim Yapacak Olan Türk Firmaları Neler Yapmalı ?.....	104
3.4.1.10.1. İthalatta Nelere Dikkat Edilmeli .....	104
3.4.1.10.2. İhracatta Nelere Dikkat Edilmeli .....	105
3.4.1.10.3. Ortaklıkta Nelere Dikkat Edilmeli.....	105
3.4.1.10.4. Nerede Yatırım Yapılmalı .....	106
3.4.2. Türkiye'nin Belli Başlı Asya Ülkelerinden Tekstil İthalatı .....	107

## **4. BÖLÜM**

### **4. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI VE ÇIKIŞ STRATEJİLERİ**

4.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Sorunları.....	110
4.1.1. Plansız Büyüme ve Aşırı Yatırımlar.....	110
4.1.2. Maliyet Artışları.....	111
4.1.3. Yüksek Enerji Fiyatları.....	111
4.1.4. AR – GE Eksikliği.....	112

4.1.5. Markalaşma Eksikliği.....	112
4.1.6. Kayıt Dışı Ekonominin Büyüklüğü.....	113
4.1.7. Kur Riski.....	113
4.1.8. Pazarlama Sorunları.....	114
4.1.9. Kotaların Kalkması ve Çin Faktörü.....	114
4.1.10. KDV Oranın Fazla Olması.....	115
4.1.11. Finansal Sorunlar.....	115
4.1.12. Dahilde İşleme Rejimi.....	115
4.1.13. Kalifiye Eleman.....	116
4.1.14. Makinalaşma Eksikliği.....	116
4.1.15. Bürokratik Engeller.....	116
4.1.16. Teşvik Sorunu.....	117
4.1.17. Yabancı Yatırımcı Teşvik Edilmemekte.....	117
4.1.18. Ulusal Rekabet Politikası Eksikliği.....	117
4.1.19. Sektör İle İlgili Bilgi Eksikliği.....	118
4.1.20. Ülke İmajının Yetersizliği.....	118
4.1.21. Vizyon ve Strateji Eksikliği.....	118
4.1.22. Diğer Etkenler.....	118
<b>4.2. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü İçin Yapılması Gerekenler.....</b>	<b>119</b>
4.2.1. Devlet Tarafından Yapılması Gerekenler.....	119
4.2.1.1. Sektörün Üzerindeki Maliyet Yükü Hafifletilmeli.....	119
4.2.1.2. Kayıt Dışılık Önlenilmeye Çalışılmalı.....	119
4.2.1.3. KDV Oranında İndirime Gidilmeli.....	120
4.2.1.4. SSK Primleri Üzerindeki Yük Hafifletilmeli.....	120
4.2.1.5. Bankalara İhracat Kredileri İçin Kolaylıklar Sağlanmalı.....	120
4.2.1.6. Uzak Doğudan Gelen Ürünlerin Denetimi Yapılmalı.....	121
4.2.1.7. Gümrük İdareleri Azaltma Yoluna Gidilmeli.....	121
4.2.1.8. Serbest Bölgelerin Denetimi Sıkı Tutulmalı.....	122
4.2.1.9. AB ile Türkiye Ticari İlişkileri İncelenmeli.....	122
4.2.1.10. Tekstil Makinaları Yedek Parça Üretimi Teşvik Edilmeli.....	122
4.2.1.11. Devlet Kurumları Arasında İş Birliği Sağlanmalı.....	123

4.2.1.12. Türkiye AB Danışma ve Karar Alma Mekanizması İçinde Yer Alabilir.....	123
<b>4.2.2. Özel Sektör Tarafından Yapılması Gerekenler.....</b>	<b>123</b>
4.2.2.1. Markalaşmaya Gidilmeli.....	123
4.2.2.2. Çok Fonksiyonlu Akıllı Tekstil Ürünleri Pazarına Girilmeli.....	124
4.2.2.3. AR – GE Faaliyetlerine Ağırlık Verilmeli.....	124
4.2.2.4. Verimlilik Üzerine Odaklanılmalı.....	125
4.2.2.5. Entegrasyona Gidilmeli.....	125
4.2.2.6. Yeni Pazar Arayışına Girilmeli.....	125
4.2.2.7. Moda Yakından Takip Edilmeli.....	126
4.2.2.8. Kaliteli Ürünler Tercih Edilmeli.....	126
4.2.2.9. İşletmeler Arasında Birlik Oluşturulmalı.....	126
4.2.2.10. Tekstil ve Konfeksiyon Kolları Arasında Bir Sinerji Sağlanmalı..	127
4.2.2.11. Eğitim – Öğretime Ağırlık Verilmeli.....	127
4.2.2.12. Asya Pazarı Yakından Araştırılmalı.....	127
SONUÇ .....	128
KAYNAKLAR.....	131

## DEĞERLENDİRME KURULU ÜYELERİ

( Adı ve Soyadı )

( İmza )

**Başkan :**

**Üye :**

**Üye :**

**Tez'in kabul edildiği tarih : .../.../...**

## **YAZAR**

### **Yüksek Lisans Finans – Bankacılık**

#### **Eğitimi**

**Y.Ls.2006** Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans – Bankacılık Programı

**Ls. 2002** Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

**Lise 1997** Bakırköy Sabri Çalışkan Lisesi

#### **İş / İstihdam**

Mintay Tekstil Konfeksiyon Dış Ticaret San.ve Tic.A.Ş.( RAVELLİ GÖMLEKLERİ)

Muhasebe Uzmanı

#### **Kişisel Bilgiler**

**Doğum Yeri ve Yılı :** Bulgaristan 23.04.1980

**Cinsiyeti :** Erkek

**Yabancı Dil :** İngilizce



## GRAFİKLER VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Grafik 1.1. Türkiye Pamuk İhracatı ve İthalatı ( Ton ) .....	9
Grafik 1.2. Yünlü Dokuma Mensucat İhracatı ve İthalatı ( 1.000.000 \$ ).....	13
Grafik 1.3. Keten, Kendir – Jüt Sektörü İhracat ve İthalatı ( 1.000.000 \$ ).....	16
Grafik 1.4. Türkiye Suni-Sentetik İplik İhracatı ve İthalatı ( 1.000.000 \$ ).....	18
Grafik 2.1 – Hazır Giyim Kotalarından en fazla etkilenen 10 Ülke, 2004 (kota etkisi göstergesi).....	45
Grafik 2.2 – Tekstil Kotalarından en fazla etkilenen 10 Ülke, 2004 (kota etkisi göstergesi) .....	46
Şekil 2.1 – Kota Varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) AB ve ABD Kanada'nın Tekstil ve Hazır Giyim iç tüketimi içerisinde ithalatın payı .....	49
Şekil 2.2 – Büyük Tedarikçilerin, kotalar varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) ABD Kanada'nın tekstil ithalatı içerisindeki payları .....	49
Şekil 2.3 – Büyük Tedarikçilerin, kotalar varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) AB'nin tekstil ithalatı içerisindeki payları .....	50
Şekil 2.4 – Büyük Tedarikçilerin, kotalar varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) ABD Kanada'nın hazır giyim ithalatı içerisindeki payları .....	51

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Tekstil Konfeksiyon Ticaretinin Tarihsel Gelişimi ( 1995-2004) ( 1.000 \$ ).....	4
Tablo 1.2. Ülkeler İtibariyle Dünya Pamuk İthalatında İlk Ülke ( 1.000 Ton ).....	6
Tablo 1.3. Başlıca Ülkelerde Pamuk Ekim Alanları ve Üretim Durumu.....	7
Tablo 1.4. Bölgeler İtibariyle Türkiye Pamuk Ekim Alanları (1,000 Ha).....	8
Tablo 1.5. Türkiye'nin Önde Gelen Konfeksiyon Pazarının Gelişimi (Milyon \$).....	21
Tablo 1.6. Seçilmiş Bazı Ülkelerin Hazır Giyim İhracatı (2002) ( Milyon \$ ).....	22
Tablo 1.7. Seçilmiş Bazı Ülkelerin AB'ye İhracatları ( Milyon Euro ).....	23
Tablo 1.8. Seçilmiş Bazı Ülkelerde Saatlik Ortalama Ücret ( 2002 ).....	24
Tablo 2.1 – AB –15 ve AB –25 (2003).....	28
Tablo 2.2 – Avrupa Birliği Tekstil Sektörünün Tedarikçileri (Milyon Euro).....	29
Tablo 2.3 – Avrupa Birliği Tekstil Sektörünün Pazarı (Milyon Euro).....	30
Tablo 2.4 – AB Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticaret Dengesi (Milyon Euro).....	31
Tablo 2.5 – NAFTA Ülkeleri Arasında Toplam Mal Ticareti (Milyon \$).....	37
Tablo 3.1 – Türkiye Konfeksiyon İhracatı (2005).....	58
Tablo 3.2 – Türkiye Tekstil İhracatı (2005).....	60
Tablo 3.3 – Tekstil Makineleri Alımları Yıllar İtibariyle Gelişimi ve Kapasiteye Oranı...63	
Tablo 3.4 – Tekstil Sektöründe Yıllık Ortalama Kapasite Kullanımı (1995-2005).....	65
Tablo 3.5 – Konfeksiyon Sektöründe Yıllık Ortalama Kapasite Kullanımı (1995-2005)...66	
Tablo 3.6 – Ülkelere Göre Saat Baş İlgücü Maliyetleri.....	70
Tablo 3.7 – Elektrik Fiyatları (cent / kwh).....	70
Tablo 3.8 – Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Tahsis Edilen Yatırım Teşvikleri.....	71
Tablo 3.9 – Türkiye Tekstil İthalatı (2005).....	77
Tablo 3.10–Türkiye Konfeksiyon İthalatı (2005).....	79
Tablo 3.11 – ÇHC'nin WTO Üyeliğinin Diğer Ülkeler Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı Üzerindeki Muhtemel Etkileri (2006).....	98
Tablo 3.12 – Çin Ekonomisinin Profili.....	100
Tablo 3.13 – Çin'i Farklı Kılan Maliyet Tablosu.....	102
Tablo 3.14– Türkiye'nin Beli Başlı Asya Ülkelerinden Tekstil İthalatı (2005).....	107

## GİRİŞ

Sanayileşme sürecine damgasını vuran sektörlerden biri olan tekstil ve konfeksiyon sektörü, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli roller oynamıştır. Tekstil ve konfeksiyon üretimi önce sanayileşmiş ülkelerde başlamış daha sonrada emek-yoğun bir sektör olması sebebiyle gelişmekte olan ülkelere doğru kaymıştır.

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün Türk ekonomisine katkısı çok fazladır. Tekstil ve konfeksiyon sektörü, sağladığı istihdamı, üretim sürecinde yarattığı katma değer ve uluslar arası ticaretteki ağırlığı nedeniyle önemli bir sanayi dalı haline gelmiştir. Tekstil Sektörü, iktisadi büyümede kalkınmayı sağlayan önemli sektörlerden biri durumundadır. Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında çok önemli bir yeri vardır. Şu an itibariyle Türkiye ekonomisine otomotiv sektöründen sonra en fazla katkıyı sağlayan sektör durumunda yer almaktadır.

Bu tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, tekstil endüstrisi tanımlanarak, Türk tekstil sektörünün tarihsel süreci ele alınmıştır. Ayrıca Türk tekstil sektörünün alt sektörleri incelenerek, bu alt sektörlerin Türkiye'deki ve dünyadaki durumları ele alınmış ve daha sonra ithalat ve ihracat bazında diğer ülkeler ile karşılaştırılmıştır.

İkinci bölümde, dünya tekstil ve konfeksiyon sektörünün durumu, Avrupa Birliği'nin pazar büyüklüğü ve Avrupa Birliğinin dış ticareti esas alınarak ithalat ve ihracat bazında karşılaştırılmıştır. Kuzey Amerika tekstil sektörünün yapısı Nafta Anlaşması çerçevesinde incelenmiş, tekstil sektörü ile ilgili düzenlemeler anlatılmıştır. Son olarak da, kota serbestisinin tekstil ve konfeksiyon sektörüne nasıl etki edeceği vurgulanarak tahmini sonuçlar ortaya konulmuştur.

Üçüncü bölümde, Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün Swot Analizi yapılarak sektörün güçlü yönleri; sektörün görünümü, ana özellikleri, yapısı, konfeksiyon ve tekstil ihracatı, zayıf yönleri; sektörün üretim şekli, rekabet yeteneği, tekstil ve konfeksiyon

ithalatı, sektörün fırsatları; avantajları ve Gümrük Birliği, sektörün tehditleri; Çin'in genel yapısı ve Türkiye'nin belli başlı Asya ülkelerinden tekstil ithalatı incelenmiştir.

Son bölümde ise Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün sorunları ve çıkış stratejileri başlığı altında, sektörün sorunları, tekstil ve konfeksiyon sektörü için devlet ve özel kesim tarafından yapılması gereken konular anlatılmıştır.

## CONTENT

Textile and ready made clothes sector are the most important sector for industrialization. They have a big part in some countries that have been developing in economics. Textile and ready made clothes sectors had been started and have been going on in industrialized countries. Then, these sectors started to grow up in new developing countries due to being of human power sector.

Economics in Turkey has big advantage owing to these sectors. They are essential that help the country about employment, international trade and supplementary budget of production. In these days, automotive is one of the most important sector. Moreover , textile sector is the second one for improvement of Turkey.

This thesis includes 4 part. In first part, we will describe what textile is and will tell the history of textile in Turkey. Also, we will examine rank of the textile in Turkey and in all countries. And we will learn the result of the comparasion in each other countries by giving data of imports and exporting.

In the second part, the state of textile and ready made clothes sector in the world and the market of EU were compared to each other. During this situation, we took a help from data of exporting and imports. Textile in North America was examined during Nafta Agreement. Also, we will see some approximate results about how quato effects textile in economics.

In the third part, we analyzed Swot analysis of Turkish textile and ready made clothes sectors. Then, we had some information about the specialities ,main parts and structures, competition and advantages of this sector. Furthermore, we alltogether will examine general structure of China, Customs Union and exporting and imports of textile.

In last part, it was examined that problems of sectors and their solutions. What the goverment and markets can do was told. It was necessary for understanding textile sector.

## 1.BÖLÜM

### TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE DURUMU

#### 1.1 TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN TANIMI

Pamuk ipliği, yün ipliği, pamuklu ve yünlü dokuma, suni-sentetik, ipekli dokuma ve trikotaj (örme) sanayini içeren tekstil sektörünün son aşamasını konfeksiyon ( hazır giyim) oluşturmaktadır. Teknolojideki ve tüketici taleplerindeki gelişmeler tekstil ürünlerinin, dolayısı ile sektörün kapsamını da genişletmiştir. Sektör, kullandığı hammaddeler ve işlem özellikleri bakımından ‘‘hafif endüstri’ anlamına gelmektedir. Üretim aşamaları ve kullanılan makinelerin çeşitliliği, üretim hızının düşüklüğü gibi nedenlerle emek – yoğun bir sanayi dalı olarak tanımlanan tekstil sektörü son yıllarda sanayide görülen önemli yapısal değişiklikler sonucu sermaye –yoğun bir sanayi dalı haline dönüşmüştür. İmalat sanayinde tüketim malları içerisinde yer alan sektör, imalat sanayi sınıflandırmalarında kullanılan sistemlere göre çeşitli şekillerde gruplandırılmaktadır.

Günlük yaşamımızın her aşamasında, yatak örtüsünden perdeye, havludan işe giderken giydiğimiz giysilere kadar tekstil yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu çeşitlilik, tekstil sektörünün çeşitli süreçlerinin oluşmasına neden olmuştur. <sup>1</sup>

Uluslar arası ticaret sınıflandırmasında tekstil sektörü 3 temel başlık adı altında incelenmektedir. Bunlar; 1. Tekstil elyafları ve bunların atıklarını içeren bir grup, 2. Tekstil ipliği, dokuma, mensucat ve ilgili ürünleri içeren bir grup, 3. Konfeksiyon (Hazır Giyim) ve aksesuarlarını içeren bir diğer gruptur. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup><http://www.bcm.org.tr/pdf/tekstil%20sanayiinde%20cevresel%20konular.pdf#search=%22tekstil%20end%C3%BCstrisi%22>

<sup>2</sup> <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan2001/tekstil.htm>

## 1.2 TÜRK TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL SÜRECİ

Tekstil üretimi, insanoğlunun giyinme ihtiyacı olmasından beri vardır. İlerleyen zamanlarda hızlı bir gelişim gösteren bu üretim kolu bir sanayi dalı haline gelmeye başlamıştır. Küçük birimlerden oluşan bu sektör, zaman içerisinde ihtiyacı karşılamış ve talebe uygun olarak da büyüme göstererek büyük bir sanayi dalı haline gelmiştir. Hızlı bir gelişim süreci içine girmiş olan tekstil sektörü 18.y.y’da siyasi bunalımların ve kapitülasyonların etkisi ile gerilemiştir. Avrupa’da üretimin makine ile yapılmaya başlanması ve Türk sanayisinin buna ayak uyduramaması nedeniyle sektör Avrupa’dan makine ithal eder duruma gelmiştir.<sup>3</sup>

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

Osmanlı döneminde Saray’ın ve Ordu’nun ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak devlet tarafından kurulan ve özellikle dokuma ve deri sektörlerinde yoğunlaşan Feshane (Defterdar), Basmahane (Bakırköy), Hereke ve Beykoz Fabrikaları doğrudan doğruya birer Kamu İşletmesi olarak faaliyet göstermişlerdir. Osmanlının bu mirası Cumhuriyet Türkiye’ sine de intikal etmiştir.<sup>4</sup>

Sanayileşme hareketimizin, milli ihtiyaç ve menfaatlerimizin verimli bir şekilde ve ahenkli olarak yürütülmesi, kurulan işletmelere kalifiye eleman yetiştirilmesi, devlet sermayesiyle kurulan bütün işletmelerin etüd ve planlarının hazırlanması ve yönetimi, kurulmuş ve kurulacak sınıai işletmelere kredi açmak ve memleketimizde sanayi öncülüğünü yapmak üzere kurulan Sümerbank; kuruluşunda devraldığı fabrikaların yanı sıra, I.Beş yıllık Sanayi Planı döneminden başlayarak bugüne kadar birçok sınıai işletmenin

---

<sup>3</sup> Aras, G.,2006, “Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği”, Mart Matbaası, İstanbul, s.59.

<sup>4</sup> [http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3\\_1.htm](http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3_1.htm)

kuruluşunu üstlenmiş, sermayelerinin % 50' sinden fazlası Sümerbank' a ait olan birçok İştiraki de bünyesine dahil etmiştir.<sup>5</sup>

Tekstil sektörüne 1962 – 1972 döneminde büyük yatırımlar yapılmış ve tekstilin ilerleyen zamanlarda önemli bir sanayi kolu olacağı düşünülmüştür. İlk defa bu tarihlerde tekstil ihracatı başlamıştır. Planlı dönemde yapılan yatırımlar sektörün gelişmesine yardımcı olmakla birlikte, Türk tekstil sektörü yatırım patlamasını 1970 ve 1980'li yıllarda gerçekleştirmiştir. Türkiye 80'li yılların başında daha çok iplik, elyaf, kumaş vb. tekstil mamulleri ihraç ederken, 90'lı yıllarda ihracatta konfeksiyonun ağırlığı artmıştır. Sektör, 1980-1984 döneminde tekstil ve konfeksiyon ihracatına yönelik, 1985-1999 döneminde ise konfeksiyon ihracatına yönelik olarak büyümüştür.<sup>6</sup>

Tekstil sektörümüz 1980'lerden 1990'lı yıllara gelene kadar sürekli bir artış göstermiş, yaşanan yüksek enflasyon nedeni ile tekstilde bir zayıflama sürecine girmiştir. Fakat bu açığımız konfeksiyon ile giderilmiştir. Bu da Türkiye'nin artık bir konfeksiyon üretim yeri olduğunu göstermektedir. Tekstil sektöründe de Türkiye'nin dışa bağımlı bir ülke konumunda olduğu görülmektedir. Hammaddesinden makineye kadar her şey dışarıdan ithal edilmektedir. Bu açık konfeksiyon üretimi ile kapatılmış ve Türkiye'nin bir fason üretim merkezi olmasını sağlamıştır. 2000'li yıllardan sonra tekstil sektörü tekrardan ihracatta atağa kalkmıştır. Bunun en büyük sebeplerinden biri de TL'nin yabancı para karşısında değer kaybetmesi ve ihracatın artmış olmasıdır. Sektörü ayakta tutan konfeksiyon üretimi, neredeyse her dönem, bir önceki döneme göre artış sağlamıştır.

---

<sup>5</sup> [http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3\\_1.htm](http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3_1.htm)

<sup>6</sup> Aras, G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.61.



**Tablo 1.1 Tekstil – Konfeksiyon Ticaretinin Tarihsel Gelişimi (1985-2004) (1000\$)**

	Tekstil			Konfeksiyon		
	İhracat	İthalat	Fark	İhracat	İthalat	Fark
1985	1,228,221	287,839	940,382	744,849	1,467	743,382
1990	1,424,249	1,049,012	375,237	2,898,349	17,984	2,880,365
1995	2,130,665	2,621,797	-491,132	6,188,502	59,279	6,129,223
1996	2,352,153	2,812,672	-460,519	6,344,252	169,658	9,174,634
1997	2,730,714	3,380,520	-649,806	7,089,043	230,597	6,858,446
1998	2,811,763	3,305,229	-493,466	7,644,051	230,892	7,413,159
1999	2,733,641	2,573,359	160,282	7,145,053	199,635	6,945,418
2000	2,818,768	3,197,751	-378,983	7,194,609	256,327	6,938,282
2001	3,060,947	2,745,768	315,179	7,335,856	222,996	7,112,860
2002	3,204,383	3,830,920	626,537	8,951,802	263,340	8,688,462
2003	3,926,468	4,638,333	711,865	11,150,155	405,218	10,744,937
2004	4,950,081	5,657,467	707,386	12,649,981	622,562	12,027,419

Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.62.

Tekstilin en önemli hammaddesi olan pamuğun üretiminde, Türkiye’nin dünyada 6. büyük üretici durumunda olması sektörün en önemli avantajlarından olmuştur. Türkiye dünya pamuk üretiminin yaklaşık %4,3’ünü gerçekleştirmektedir. Sektörün gelişiminde, hammaddeyi üreten ülke olmanın önemi açıktır. Bunun yanı sıra; işgücü maliyetinin düşük olması, emek-yoğun olarak tanımlanan sektörün gelişimini desteklemiş ve sektör önemli bir gelişme kaydetmiştir.

### **1.3 ALT SEKTÖRLERİN DURUMU**

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün Türk ekonomisine katkısı hiçte küçümsenmeyecek bir düzeydedir. Sanayi üretiminin %9’unu ve ihracatımızın da %28’ini tekstil ve konfeksiyon sektörü karşılamaktadır. Bu oranlar tekstilde %8 ve konfeksiyonda da %20 olarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca sektörümüz, dünyada konfeksiyon ihracatının

%3,4'ünü, tekstilde de ihracatın %2,7'sini gerçekleştirmektedir. Tekstil ve konfeksiyon sektörü kayıtlı istihdamın %11'ini ve kayıt dışı istihdamında % 25'ini sağlamaktadır. Bu da çalışan sayısının ve sektörün ülke ekonomisi için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.<sup>7</sup>

Türk Tekstil ve konfeksiyon sektörünün çoğunluğunu KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler)'ler oluşturmaktadır. Büyük ölçekli firma sayısı az olmasına rağmen burada çalışan kişi sayısı fazladır. Sektör emek-yoğun bir sektör durumundadır. Türkiye'de daha çok fason üretim gerçekleştirilmektedir. Kendi markasını yaratmış firma sayısı çok azdır. Türkiye, fason üretim yaparak, Avrupa'nın ve dünyanın en önemli markalarının üretimini gerçekleştirerek pazarda önemli bir yerdedir.

### **1.3.1 Pamuklu Sektörü :**

Türkiye'nin önde gelen pamuk üreticisi ülkeler arasında olması, pamuklu sistem ürünleri konusunda da ağırlığın bu yönde olmasına neden olmuştur. Türkiye'de üretilen kumaşların çok büyük bir kısmını pamuklu ve suni-sentetik dokuma kumaşlar oluşturmaktadır.<sup>8</sup>

Türkiye'nin tekstil sektöründe gösterdiği önemli gelişmenin temelinde önemli bir pamuk üreticisi olması yatmaktadır. Tekstil sektöründe üretim başlangıçta sadece pamuğa dayalı olarak başlamış, ardından suni ve sentetik lif üretimi gelişmiştir. Pamuk, tekstil sektörünün temel girdisi ve yüksek katma değer sağlayan bir hammaddedir.

Pamuklu sektörü, hammadde ihtiyacının büyük bir bölümünü yurtdışından karşılamaktadır. Türkiye, dünyanın sayılı pamuk üreticilerinden biridir. Diğer taraftan, Türkiye'de üretilen tekstillerin büyük çoğunluğunu pamuklu ürünlerin oluşturması, iç

---

<sup>7</sup> Aras. G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.62.

<sup>8</sup> [http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber\\_no=126&grup\\_no=25&bs\\_no=81](http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber_no=126&grup_no=25&bs_no=81)

üretim ihtiyacı karşılayamamasına yol açmıştır. Bu nedenle Türkiye net pamuk ithalatçısı durumuna gelmiştir.<sup>9</sup>

**Tablo 1.2 :Ülkeler İtibariyle Dünya Pamuk İthalatında İlk 5 Ülke ( Bin Ton)**

Ülkeler	2001/2	2002/3	2003/4	2004/5 *	2005/6 *	Pay %	Sıra
Çin	98	682	1929	1600	1850	26,5	1
Türkiye	648	493	516	470	507	7,1	2
Endonezya	460	500	470	478	488	6,5	3
Pakistan	191	186	390	257	423	5,4	4
Tayland	443	424	365	406	410	5,0	5

(\*) Tahmini

Kaynak : <http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres/7475BDA1-95B7-4855-B351-9ADCE4362AFE/5/95/gunnurpamuk.pdf>

Tablo 1.2.'ye bakıldığında, pamuk ithalatında Çin'in birinci sırada olduğu görülmektedir. Çin son 3 yıl içerisinde çok fazla pamuk alımına gitmiştir. Bundan sonraki yıllarda da bu alımlarını arttıracaklarını söyleyebiliriz. Dünya ithalatının % 26,5'ini Çin tek başına elde etmektedir. Çin'i takip eden ülke ise Türkiye'dir. Türkiye'nin pamuk ithalatı ise her dönem az da olsa dalgalanmalar göstermiştir.

Gelişen tekstil ve konfeksiyon sektörü, artan dünya nüfusu, artan fert başına gayri safi milli hasıladaki artış ve bu unsurların yanında sentetik elyaf fiyatları ve tüketim eğilimi, dünya pamuk tüketimini etkileyen başlıca unsurlardır.

Tablo 1.3.'te görüldüğü gibi dünya pamuk üreticisi ülkeler arasında 6. sırada yer alan Türkiye'nin, dünya pamuk üretiminin önemli bir kısmını karşılamaktadır. Dünyada ki pamuk ekim alanlarının %1.8'i Türkiye'de bulunmaktadır. 700 bin hektarlık bir ekim alanına sahip olan ülkemiz 900 bin tona yakın pamuk üretmektedir. Pamuk üretiminin istihdama katkısı da 6 milyon işgücü civarındadır.

<sup>9</sup> [http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber\\_no=126&grup\\_no=25&bs\\_no=81](http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber_no=126&grup_no=25&bs_no=81)

**Tablo 1.3 : Başlıca Ülkelerde Pamuk Ekim Alanları ve Üretim Durumu**

Ülkeler	Ekim Alanı (Ha)	Üretim (Ton)	Verim (Kg/Da)
Dünya	32,374,092	56,969,044	176
Çin	4,500,000	15,600,000	347
Amerika	4,879,750	10,100,000	207
Hindistan	8,390,000	6,300,000	75
Pakistan	3,000,000	5,455,000	181
Özbekistan	1,393,000	2,856,000	205
Türkiye	711,000	2,489,000	350
Brezilya	717,160	2,200,143	307
Türkmenistan	750,000	713,700	95
Avustralya	145,000	628,000	433
Yunanistan	365,000	1,300,000	356

Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.65.

Tablo 1.4.’ten de anlaşılacağı gibi Türkiye’nin Ege Bölgesinde dünyanın en kaliteli pamukları yetiştirilmektedir. Kıtalar baz alındığında, Türkiye Avrupa’nın bir numaralı pamuk üreticisi ülkesi konumundadır. En yakın rakibi olan Yunanistan’dan neredeyse 2 kat fazla bir üretim gerçekleştirmektedir. Türk tekstil sektörünün ihracata yönelmesinden sonra ülkenin de pamuk üretimi ihtiyacı artmaya başlamıştır. Talep artmış ve ülkenin pamuk üretim arzı, talebi karşılayamaz duruma gelmiştir.

İlerleyen yıllarda pamuk üretiminde sürekli bir dalgalanma ve düşüşler gözlenmiştir. Bunun en büyük sebeplerinden birkaçı, iklim koşulları ve pamuk üretim alanlarının azalmaya başlanmasıdır. Ayrıca devlet tarafından uygulanan destekleme politikalarının da azalması pamuğun bu duruma gelmesine neden olmuştur. Türkiye dünya pamuk üretiminde ve tüketiminde 6. sıradadır.

**Tablo 1. 4. Bölgeler İtibariyle Türkiye Pamuk Ekim Alanları ( Bin Ha)**

	Ege	G.D.Anadolu	Çukurova	Antalya	Türkiye
2000/1	208	317	116	13	654
2001/2	236	298	152	11	697
2002/3	224	319	141	9	693
2003/4	203	300	126	8	637
2004/5	176	321,5	131	8,5	637

Kaynak:<http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres/7475BDA1-95B7-4855-B351-9ADCE4362AFE/5/95/gunnurpamuk.pdf>

Tablo 1.4'e bakıldığında, pamuk ekim alanları olarak en fazla ekim alanına sahip olan bölgenin G.D.Anadolu bölgesi olduğunu görmekteyiz. Aslında Türkiye'nin en verimli pamuk ekim bölgesi Ege Bölgesidir. Fakat devletin bu bölgedeki pamuk üretimini fazla desteklememesinden dolayı pamuk ekimi azalmıştır. Son iki yılda da ekim alanlarında bir artış görülmemektedir.

Türkiye'de pamuk 1998 yılından itibaren her yıl prim ile desteklenmektedir. Üretimin prim ile desteklenmesine ve tüketimde talep artışı olmasına rağmen pamuk üretimi giderek düşmekte ve üreticilerin alternatif ürün arayışına girdiği görülmektedir. Bunun temel sebepleri ise ;<sup>10</sup>

- Dünya piyasalarında pamuğun ucuz olması ve Gümrük Birliğinden dolayı pamukta herhangi bir koruma uygulamasının yapılmaması.
- ABD'nin uyguladığı düşük faizli ucuz GSM kredileri ile ithal pamuğun daha cazip hale gelmesi.

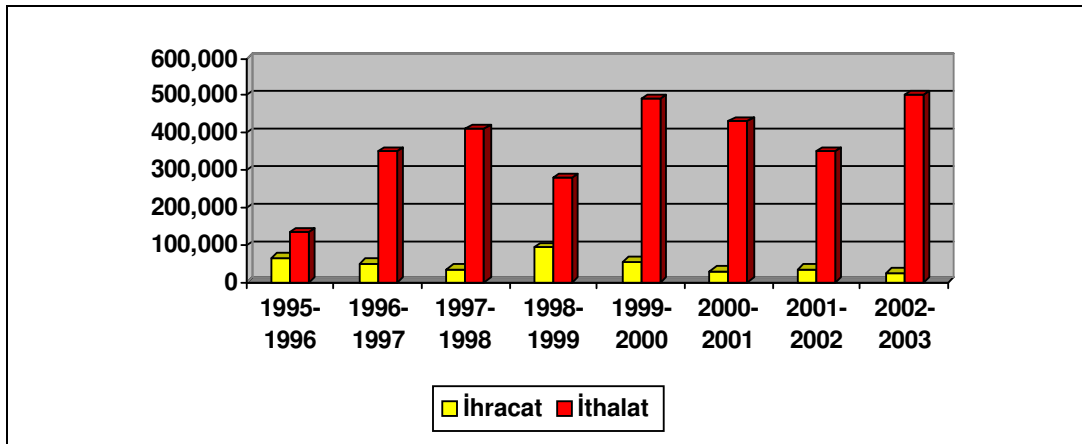
Dünya pamuk fiyatlarının oluşumunda, üretim miktarlarındaki gelişmelerin yanı sıra, aynı zamanda üretimde lider durumda olan ülkelerin politikaları da belirleyici olmaktadır. Özellikle son yıllarda dünya piyasalarında pamuk fiyatlarının düşük olmasının

<sup>10</sup> Ürün Raporları 2004 Pamuk Çalışma Grubu Raporu, Ankara 2004, s.40

sebebi, uygulanan desteklemelerdir. Ayrıca, yaşanan krizin sonucu olarak Çin'in ihracata yönelmesi de pamuk fiyatlarının düşmesine neden olmuştur. Türkiye'de ise pamuk, prim ile desteklenmekte, ancak prim yeterli düzeyde ve zamanında verilmediği için üretimi teşvik etmekten uzak kalmaktadır. Pamuk üretiminin miktarını, verimliliği ve kalitesini arttırmak için üretim girdilerinin optimum kullanımı ile maliyetin azaltılması, üretimde teknoloji kullanımının yaygınlaştırılması, üreticinin bilinçlendirilmesi ve teşvikler büyük önem taşımaktadır.<sup>11</sup>

1990'lı yıllara kadar kendi kendine yeten Türk pamuk üretimi ve tüketimi 90'lı yıllardan sonra tekstil ve konfeksiyon sektörünün iyice gelişmesinden ve de hükümetin ithalat vergilerini azaltmasından sonra, Türkiye pamukta net ithalatçı durumuna geçmiştir. Devletin gereken teşvikleri ve destekleyici önlemleri almaması, ileride pamuk üretiminin daha da düşmesine ve ülke olarak da iyice dışa bağımlı bir pamuk ithalatçısı olmasına neden olacaktır. Türkiye, sektörün en önemli hammaddesi olan pamuğun kontrolünü başka ülkelere kaptırırsa, maliyetleri etkilemek Türkiye'nin kontrolü dışında olacaktır. Bu da tekstil ve konfeksiyon sektöründe Türkiye'nin gücünü daha da azaltacaktır. Sektörde ileriki dönemlerde, üretim maliyetlerinin daha da yükseleceği düşünülmektedir.

**Grafik 1.1 : Türkiye Pamuk İhracatı ve İthalatı (Ton)**



Kaynak : Aras, G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.68.

<sup>11</sup> Aras, G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.66

Son 10 yıldan beri ülkenin tekstil üretiminin hammaddesi olan pamuğun talebi, üretim ile değil ithalat ile karşılanmaktadır. İzmir Ticaret Borsası'nın verilerine göre 2004-2005 sezonunda pamuk ithalatı 748 bin tona ulaşmıştır. Pamuk ithalatına ödenen döviz ise 883 milyon dolar olmuştur. Bunlar görülmesine rağmen Türkiye, pamuk üretiminin düşüşüne karşı bir tedbir almamaktadır. Ege'deki ve Akdeniz'deki üretici, üretimini pamuk yerine mısır, hububat, sebze ve yağlı tohumlara yöneltmiştir. Bu düşüş en çok Ege Bölgesi'nden kaynaklanmaktadır.<sup>12</sup>

ABD'nin yaklaşık 27 bin üreticisine verdiği yıllık 4 milyar dolarlık devlet desteği ve Avrupa Birliği'nin Yunanistan'a verdiği destekler Türkiye'yi de çok olumsuz etkilemektedir. Son 10 yılda GSM kredisi ve diğer ihracat destekleri ile pamuk ihraç eden Amerika, yerli üretimin gerilemesinde de en önemli faktörlerden birisidir. Türkiye'nin 750 bin tona yaklaşan pamuk ithalatının %60 'ı Amerika'dan karşılanmaktadır. %22'si ise Avrupa Birliği'nden ciddi destekler alan Yunanistan'dan karşılanmaktadır. Amerika ve Yunanistan'ın devlet destekli pamuğu karşısında rekabet edemeyen Türk çiftçisi, pamuktan para kazanamadığı için alternatif ürünlere yönelmektedir. 2005 yılında da bir önceki yıla göre pamuk fiyatlarında ciddi gerileme olmuştur. Çukobirlik 2004 ürünü pamuğun kilosunu 85 kuruştan alırken, 2005 pamuğu için 45 kuruş avans fiyat açıklamış ve daha sonrada 19 kuruş arttırarak 55 kuruşa yükseltmiştir. Pamuktaki bu fiyat düşüşünü önlemek ve üretimden kaçışı durdurmak için hükümetin vereceği destekleme primi de zamanında ödenmediği için istenilen başarı sağlanamamıştır.<sup>13</sup>

Bugüne kadar pamuğa alternatif olarak görülen mısır, ayçiçeği, buğday ve domates gibi ürünlerde de 2005'te büyük olumsuzluklar yaşanması nedeniyle üreticinin yeniden pamuğa yönelmesi beklenebilir. Ancak uzun vadede pamuk üretiminin arttırılması, ithalatın aşağı çekilmesi sadece Türkiye'nin iç piyasada alacağı önlemler yeterli olmayacaktır. Dünyada da piyasaların işleyebilmesi için Amerika ve Avrupa Birliğinin haksız rekabete neden olan pamuk desteklerini de kaldırması gerekmektedir.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Yıldırım, A.E. "Pamuğun Geleceği Endişe Verici", <http://www.tekstilisveren.org/>

<sup>13</sup> Yıldırım, A.E. "Pamuğun Geleceği Endişe Verici", <http://www.tekstilisveren.org/>

<sup>14</sup> Türkiye Tekstil sanayi İşverenleri Sendikası Aralık 2005 Dergisi, s.27

### 1.3.1.1. Pamuk İpliği

Pamuk ipliği üretim süreci teknolojik olarak balyalanmış pamuğun açılması, hazırlanması, daha sonra da eğilerek ipliğin bobinleşmesi sürecinden oluşmaktadır. Pamuk ipliği sektöründe ring (bilezik) ve open – end (açık- uç) olmak üzere iki sistem bulunmaktadır. Ring sistemi de kendi içinde iki sisteme ayrılmaktadır. Bunlar kısa elyaf ve uzun elyaf. Kısa elyaf pamuklu için, uzun elyaf sistemi ise yünlü için kullanılır.<sup>15</sup>

İlk dönemlerden beri pamuk üreticisi olan Türkiye'nin, pamuk ipliği sektöründe ağırlığı artmıştır. Özel sektörün bu alana girmesi neredeyse 30 yıl sonra olmuştur. Özel sektöründe iplik sektörüne girmesi ile pamuk ipliği üreten firma sayısı artmış ve sektör önemli bir konuma gelmiştir.

Pamuk ipliği üretiminde yıllar itibariyle durum şu şekildedir; 1995 yılına kadar üretim talebi karşılayamazken, 1996 yılından sonra üretim talebin üzerinde gerçekleşmeye başlamıştır. 1993- 1998 yılları arasında kapasite oranı %71 artarken aynı dönemde üretimde %69 oranında artış göstermiştir. Fakat sonraki yıllarda, üretim kapasitesi de üretim de azalmaya başlamıştır. Bu kadar hareketli olan pamuk ipliği üretimi sektörünün zaman içinde zayıflamasının en önemli iki nedeni bulunmaktadır. Bunlardan biri; Asya ülkelerinden ucuz pamuğun ithal edilmesi, bir diğeri de AB'nin anti-damping vergisi uygulaması olmuştur. Zaten makine bakımından dışa bağımlı olan Türkiye'nin böyle iki önemli konu ile karşı karşıya kalması, iplik üretim sektörünü de derinden etkilemiştir.<sup>16</sup>

Pamuk ipliği dış ticaretinde Gümrük Birliği antlaşması sonrasında çok önemli hareketlenmenin olacağı ve bu antlaşmanın olumlu sonuçlar doğuracağı düşünülmekteydi. Fakat ihracatta beklenen artış bir türlü gerçekleşmemiştir.

---

<sup>15</sup> <http://www.aeri.org.tr/bakis1/pamuk%20ipligi.pdf>

<sup>16</sup> Aras, G.,2006, ‘’ Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.71.



### 1.3.1.2 Pamuklu Dokuma

Eğirme veya başka yollar ile iplik haline sokulabilir her cins hammaddeden imal edilmiş olan, örülen veya bu sistemlerin dışında sadece elyafı birbirlerine değişik metotlarla tutturarak bir bütün meydana getirme yolu ile elde edilen her cins kumaş, triko, döşemelik halı ve benzeri ürünler dokuma olarak tanımlanır. Günümüzde herkes çeşitli biçimde dokuma mamulü olan her ürünü kullanmaktadır.<sup>17</sup>

Pamuklu dokumada iki tür tezgah kullanılmaktadır. Bunlar mekikli ve mekiksiz tezgahlardır. Mekiksiz tezgahların üretim kapasitesi, mekikli tezgahlara göre daha iyidir. Mekiksiz dokuma tezgahları, gelişmiş ülkelerde bilgisayar kontrollüdür. Bu açıdan da, zaman ve iş gücünden tasarruf sağlamaktadırlar.

### 1.3.2 Yünlü Sektörü

Yünlü sektörü 3 ana bölümden oluşmaktadır. Bunlar; hammadde, iplik ve kumaştır. Ayrıca üretim sistemi açısından da 3 bölümde incelenir. Kamgarn, strayhgarn ve yarı kamgarn üretim sistemleridir.

Yünlü sektöründe en iyi durumda olan ülkeler, Çin, Avustralya, Türkiye, Yeni Zelanda ve Hindistan'dır. Dünyada en fazla yünün üretildiği Avustralya'da yün üretimi her geçen gün düşüş göstermektedir. Yine aynı şekilde bu olumsuz gelişmeler Yeni Zelanda da yaşanmaktadır. Bununla bağlantılı olarak ve dünyadaki üretime paralel olarak, Türkiye'de yün üretiminde talebi karşılayacak düzeyde bir artış söz konusu olmamıştır. Üretim ve talep arasındaki fark yıllar itibariyle giderek açılmıştır. Çin yünlü sektöründe iyi bir artış göstermiştir. Çin'in, yünlü sektöründe iyi bir duruma gelmesinin en önemli sebebi; üretim proseslerindeki teknolojik gelişmelerin ve üretim bilgi becerisindeki hızlı ilerlemeler ile, ince mikronlu ürünlerin üretilebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır.<sup>18</sup>

---

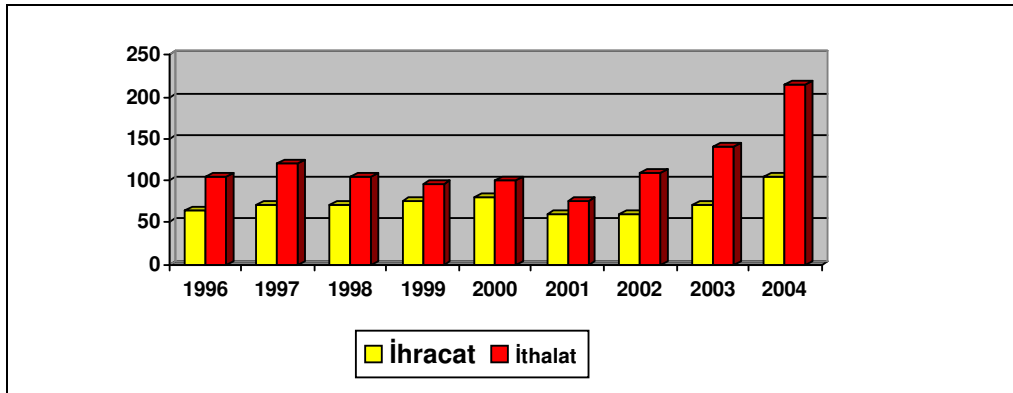
<sup>17</sup> Şu Bizim Dokumalar <http://www.evsiad.com/V2/Lang/Tr/Pg/PublishPage/Mla/2>

<sup>18</sup> <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/agustos/iwto.html>

Yünlü sistemde, üretim hacminin yaklaşık 200.000 ton/yıl kapasite olduğu tahmin edilmektedir. 1995 yılı sonrasında, yünlü iplik sektörünün tüm alt birimlerinin kapasite kullanım oranında düşüş görülmüştür. Bununla bağlantılı olarak; gerek 1990'lı yıllar, gerekse 2000'li yıllarda yün iplik üretimi sürekli olarak talebin gerisinde kalmış, talebin üretimden daha hızlı artması ile birlikte fark son yıllarda daha da açılmıştır. 1996 yılından itibaren izlendiğinde, ihracatta istikrarlı bir artış, ithalatta ise dalgalı bir seyir söz konusudur. 2000-2004 döneminde ihracat istikrarlı bir şekilde artarken, 2003 ve 2004 yıllarında ithalatın da aynı trendini koruduğunu söyleyebiliriz.<sup>19</sup>

Yünlü dokuma sektöründe mevcut tezgah sayısının kamgarn ve straygharn birlikte olmak üzere 2.270 adet olduğu tahmin edilmektedir. Tezgahların 2.000 adedi (%88) mekiksiz, 270 adedi(%12) mekikli tezgahlardan oluşmaktadır. Yünlü tezgahların 1.320 adedi organize sektörde, 950 adedi ise organize olmayan sektörlerde kullanılmaktadır. Yünlü dokuma tezgahlarının ortalama yaşı organize sektörde 11 yıldır. Sektörün önde gelen firmaları üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre, 1995-1999 yılları arasında yünlü dokuma sektöründe kapasite kullanım oranları %70'den %60'a düşmüştür.<sup>20</sup>

**Grafik 1.2 : Yünlü Dokuma Mensucat İhracatı ve İthalatı (Ton)**



Kaynak : Aras, G.,2006 "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.78.

<sup>19</sup> Aras, G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.77

<sup>20</sup> <http://kalkinma.org/belgeler/5/tekstil-hazirgiyim.pdf>

Yünlü dokuma ticaretinde önemli miktarda ithalata ağırlık verildiği grafik 1.2.'de görülmektedir. Bu durumda özellikle bu dönemde ucuz fiyata ithalat yapılmasının payı büyüktür. 1990-1999 döneminde ihracat birim fiyatları 25-30 dolar/kg iken, ithalat birim fiyatları 14-23 dolar/kg olarak değişmektedir. Öte yandan, uzun süredir ithalat fiyatları, ihracat fiyatlarının üzerinde bir hızla artmıştır. Sektörde her yıl ithalat ihracatın üzerinde gerçekleşmiştir.

Yünlü sektörünün maliyet yapısı, kullanılan hammaddenin tipine, kalitesine ve satın alım şartlarına göre hammadde oranı +/- %5 değişim göstermektedir. Kamgarn ve strayhgarn kumaş maliyetine etki eden diğer giderler içinde en önemli pay, %15-18 ile işçilik – personel giderleridir. <sup>21</sup>

Türkiye'nin yünlü sektöründeki rakipleri, yüksek kaliteli ipliklerde İtalya, diğerlerinde Uzak Doğu, Orta Doğu ve Doğu Avrupa ülkeleridir.

Sektörün en önemli problemleri; enerji maliyetleri, finansman maliyetleri, hammadde fiyatı ve kalitesi, kalifiye eleman sıkıntısı, kapasite fazlalığı ve Uzakdoğu'dan yapılan kontrolsüz ithalattır. <sup>22</sup>

### **1.3.3 Tekstil Terbiye Sektörü :**

Büyük ölçüde pamuklu alanına yönelik tekstil terbiyesi yapan yaklaşık 400 firma bulunmakta olup, bunların %47'si entegre işletmelerden, %37'si ise fason terbiye işletmelerinden oluşmaktadır. Pamuklu terbiye alanında makinelerin %50'sinden fazlası 5 yaşında, %80'inden fazlası ise 10 yaşından küçük yeni makinelerdir. Yünlü terbiye sektöründe ise, makinelerin yaşı ortalama 15 olarak tahmin edilmektedir. Bu sektörde 5-10 yaş arası makinelerin oranı %50 civarındadır. <sup>23</sup>

Sektörde, 1999 yılı itibariyle pamuklu ağırlıklı kurulu kumaş boya kapasitesi 906.000 ton/yıl, örme kumaş kapasitesi 509.000 ton/yıl, elyaf-tops, iplik boyama

<sup>21</sup> Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT, 2001 Ankara, s.40

<sup>22</sup> Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT, 2001 Ankara, s.41

<sup>23</sup> <http://kalkinma.org/belgeler/5/tekstil-hazirgiyim.pdf>

kapasitesi 29.000 ton/yıl ve baskı kapasitesinin 304.000 ton/yıl olduğu tahmin edilmektedir. Sektörde özellikle 1991 yılından sonra kurulan çok sayıda yeni işletme nedeniyle hızlı bir kapasite artışı görülmüştür. 1999 yılındaki kapasite 1992 yılına göre %83 artış göstermiştir. Bununla birlikte, 1992 yılında sektörde %82 olan kapasite kullanımı 1999 yılında %62'ye düşmüştür. Kriz nedeniyle kapatılan işletmeler dikkate alınırsa, düşüşün nedeni, kapasite kullanımı %56'ya düşen fason üretim yapan işletmelerde aranabilir.<sup>24</sup>

Terbiye sektöründe yünlü dokuma kumaş terbiye kapasitesinin 70 milyon metre/yıl olduğu tahmin edilmektedir. Yünlü terbiye sektöründe kapasite kullanım oranı yaklaşık olarak %75-80 dolayındadır. İşletmelerin önemli bir bölümü(%30), Çorlu, Çerkezköy, Lüleburgaz'da bulunmakta olup özellikle Trakya da bulunan işletmeler örme kumaş ağırlıklıdır. Terbiye sektörüne genel olarak bakıldığında, işletmelerin yaklaşık %70'inin Marmara Bölgesinde toplandığı görülmektedir.<sup>25</sup>

Maliyet yapılarına bakıldığında da; % 33'lük kısmı Boya ve kimyasal maddeler, %31'lik kısmı ise işçik – personel giderleri oluşturmaktadır. Özellikle son yıllarda finansman ve enerji maliyetleri de önemli artışlar göstermiştir. Türkiye'de KOBİ yapısında çok sayıda tekstil terbiye makine imalatçısı bulunmaktadır. Sektör'de 400'ü büyük ölçekli, 600'üde küçük ölçekli olmak üzere 1000'e yakın işletme bulunmaktadır. Sektör 50-60 bin kişiye istihdam yaratırken ülke ekonomisine de 2 milyar dolar(\$)'lık katma değer yaratmaktadır. Bu firmaların fiyatları rekabet edebilir olup, buna karşılık kalite sorunları bulunmaktadır. Taklit yolu ile üretim yapan bu işletmeler önümüzdeki yıllarda, sektörün kalite artırıcı yatırımları sebebiyle güç durumda kalacaklardır. Bu nedenle, konularında ihtisaslaşmış, Ar-Ge departmanlarına sahip güçlü KOBİ'ler desteklenmelidir. Sektörün ihtiyacı olan modernizasyon ve yenileme yatırımları için yeterli miktarda, uzun vadeli ve düşük faizli kredi temin edilmelidir.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> <http://kalkinma.org/belgeler/5/tekstil-hazirgiyim.pdf>

<sup>25</sup> Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT, 2001 Ankara, s.52

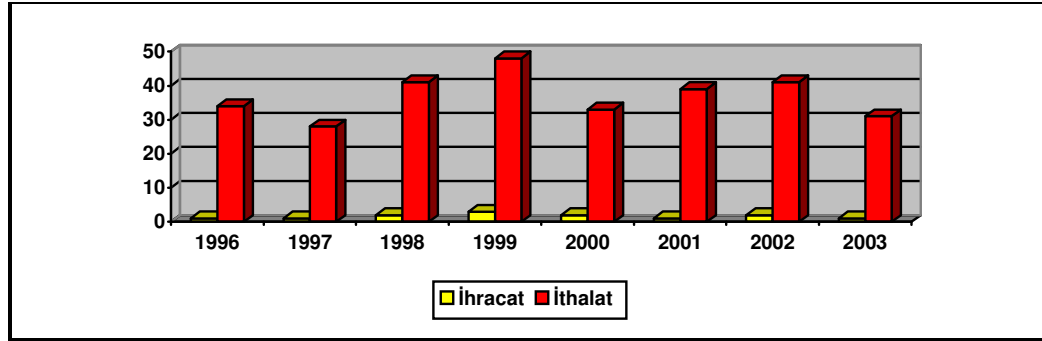
<sup>26</sup> İnce, M.A. "Tekstil Terbiye Sektörünün Çözüm Önerileri",

<http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/agustos/sector.html>

#### 1.3.4. Keten – Kendir – Jüt Sektörü

Keten, kendir ve jüt kısa ve uzun elyaf sistemlerinde kullanılan bitkisel elyaflardır. Keten elyafı, %100 olarak ve çeşitli oranlarda viskon, poliester ve pamukla birlikte iplik haline getirilmektedir. En fazla uygulanan karışım ise keten-pamuk karışımıdır. Keten karışımları erkek ve bayan dış giyiminde kullanılmaktadır. Saf keten elyafın kalın cinsi; ip, sicim, kınnap yapımında, ince elyaf türü ise; dış giyim ve ev tekstili ürünlerinde kullanılmaktadır.<sup>27</sup>

**Grafik 1.3 : Keten, Kendir- Jüt Sektörü İhracat ve İthalatı ( Milyon ABD Doları)**



Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.79.

% 100 kendir elyafı, karn ve strayharn sistemine benzeyen özel bir sistemde ip haline getirilmektedir. Türkiye’de bu konuda iki fabrika bulunmaktadır. Kendir ipinin kullanım alanı ambalaj sanayidir.

% 100 jüt elyafı, özel bir eğirme sisteminde ip haline getirilmektedir. Türkiye’de bu konuda iki fabrika bulunup bunların sadece biri faal durumundadır. Kullanım alanı ip ve kanaviçe halinde ambalaj sanayidir.

Keten ve jüt elyafı tamamen ithal edilmekte, kendir elyafının büyük bir kısmı ise Batı Karadeniz Bölgesi’nde yetişmektedir.

<sup>27</sup> <http://kalkinma.org/belgeler/5/tekstil-hazirgiyim.pdf>

Tekstil Sektöründe, keten, kendir ve jüt elyaflarının dışında yine bitkisel esaslı olan sisal elyafı da kullanılmaktadır. Bu elyaf, halat sanayinde kullanılmakta olup tamamen ithal edilmektedir ve sadece bir fabrikada işlenmektedir. Tekel'e ait, Taşköprü'deki jüt fabrikası iplik, dokuma ve konfeksiyon bölümlerini içeren tek entegre tesisi bulunmaktadır.

Keten-kendir-jüt sektöründe sınai maliyetin yaklaşık %70'ini hammadde oluşturmaktadır. Ancak, kullanılan hammaddenin tipine, kalitesine ve satın alım şartlarına göre bu oran +/- % 3 değişim göstermektedir.<sup>28</sup>

Sektörün dış piyasada en önemli rakipleri; Bulgaristan, Romanya, Yugoslavya, Mısır ve Bangladeş'tir.

Türkiye gerek keten, kendir, jüt iplik dış ticaretinde gerekse, keten, kendir, jüt dokuma dış ticaretinde net ithalatçı konumundadır. Bu nedenle ihtiyacı olan ürünlerin büyük bir kısmını dış pazardan sağlamak zorundadır.

### **1.3.5. Suni – Sentetik Sektörü:**

Suni-sentetik sektörü, suni-sentetik elyaf, suni-sentetik ve bunların karışımı iplik ve suni-sentetik kumaş üretiminden oluşmaktadır.

Türkiye'de suni-sentetik liflerinin üretimi, rejenere selülozun üretildiği tarihe dayanmaktadır. Günümüze kadar geçen sürede, Türkiye'nin suni sentetik elyaf teknolojisi, dünya teknolojisini yakalamış ve ilerleyen yıllarda büyük bir kapasite artışı yaratmıştır. Kapasite artışının sağlanmasına rağmen sektörde genellikle talep, üretim seviyesinin üzerindedir. Akrilik elyaf, poliamid elyaf, polyester elyaf ve polipropilen elyaftan oluşan toplam elyaf üretimi yıllar itibariyle artış göstermekle birlikte talep üretim artışının üzerinde gerçekleşmiştir.

90'lı yılların özellikle ikinci yarısında dünya suni-sentetik elyaf piyasalarında durgunluk görülmektedir. Türkiye'ye bakıldığında suni-sentetik elyaf sektöründe, üretimde

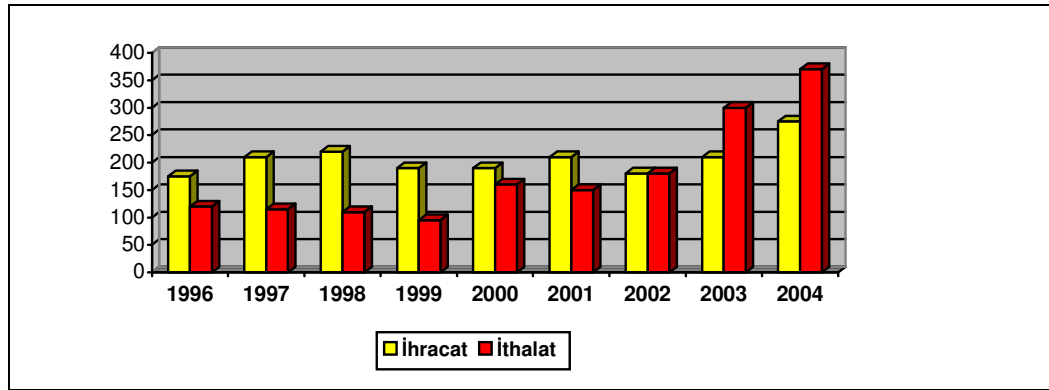
---

<sup>28</sup> Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT, 2001 Ankara, s.60

olduğu gibi ithalat ve ihracat düzeyinde de yıllar itibariyle önemli farklılıklar vardır. Sektörde, ihracatta ve dış pazarlamadaki gelişmelerin etkisi ile miktar, değer ve birim fiyat olarak önemli dalgalanmalar görülmektedir.<sup>29</sup>

Suni-sentetik iplik sektöründe üretim poliester ve filament ağırlıklıdır. Bunun ardından naylon ve viskon iplik ağırlıklı olarak üretimi yapılan diğer ürünlerdir.

**Grafik 1.4 : Türkiye Suni-Sentetik İplik İhracatı ve İthalatı (Milyon Dolar)**



Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.75.

Suni-sentetik sektöründe ipliğın kumaşına çevrilmesinde ağırlıklı olarak ‘‘dokuma’’ ve ‘‘çözgülu örme’’ teknolojisi kullanılmaktadır. Suni-sentetik devamlı ipliklerin kumaş haline getirilmesinde ise, ağırlıklı olarak dokuma teknolojisi hakimdir. Türkiye’de suni-sentetik dokuma kapasitesinin 750-800 milyon metre/yıl, çözgülu örme kapasitesinin ise 100 milyon metre/yıl olduğu tahmin edilmektedir. Organize şekilde yapılanmış olan her iki alanında kapasite kullanım oranları yaklaşık olarak %70-75’dir. Dokuma kumaşlar, ağırlıklı olarak giyim sanayiinde, çözgülu örme kumaşlar ise mefruşatta kullanılmaktadır. Türkiye’de suni-sentetik dokuma kumaş üreten yaklaşık olarak 7.000 tezgahın bulunduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam çözgülu örmede yaklaşık 800-900 tezgah arasındadır. Her

<sup>29</sup> Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.75-76.

iki alanda da makinelerin çoğu 10 yaşın altındadır. Bu anlamda sektör Avrupa'daki rakiplerinden daha genç bir makine parkına sahip bulunmaktadır.<sup>30</sup>

### 1.3.6 Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü

1980 yılından sonra büyük bir gelişme kaydeden konfeksiyon sektörümüz, ülke ekonomisine en fazla katkısı olan sektör konumunda olmuştur. Konfeksiyon sektöründe, büyük yatırımlara ihtiyaç yoktur. Birçok firma küçük atölyeler şeklinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Genelde 15-35 kişilik çalışma kapasitesine sahip olan bu iş kolunda emek-yoğun bir özellik söz konusudur. Teknolojik yatırımlar bu sektör kolunda pek fazla yoktur. Konfeksiyon sektörü, daha çok ihracata yönelik olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Tekstil sektöründe, ihracatın en büyük kısmını konfeksiyon sektörü karşılamaktadır.

Hazır giyim sektörü, gerek ihracattaki yüksek pay ile gerekse Türkiye ekonomisine sağladığı katma değer ile ülkede önemli bir yere sahiptir. Bütün gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi ülke ekonomisine sağladığı katkısının yanında bir çok kişiye de iş imkanı sağlamaktadır. Bu sektörde yaklaşık olarak iki buçuk milyona yakın kişi çalışmakta ve dolaylı olarak da on milyona yakın kişiye de istihdam sağlamaktadır. Bunun yanında diğer sektörlerin de gelişmesine katkı sağladığını söyleyebiliriz.<sup>31</sup>

Yaratılan istihdamın yanında devlete ödediği sigorta primleri ve vergiler ile de ülke ekonomisinin büyük bir gelir kaynağını oluşturmaktadır. Bu açıdan değerlendirdiğimiz zaman, sektörde meydana gelebilecek bir sıkıntı Türk ekonomi dengesini ve Türk toplum yapısındaki dengede de olumsuz sonuçlar doğuracağını söyleyebiliriz. Bu nedenle bu sektörün Türkiye tarafından göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Gelecek günlerde oluşacak bir Çin tehdidi karşısında devletin bazı gerekli düzenlemeleri hazırlaması gerekmektedir. Türkiye'de konfeksiyon sektöründe üretim, talebin çok çok üzerindedir.

---

<sup>30</sup> <http://kalkinma.org/belgeler/5/tekstil-hazirgiyim.pdf>

<sup>31</sup> Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.2004, İTKİB, "Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri", Kitap Matbaacılık, İst. s.197



1990 yılından sonra ihracatta çok yüksek seviyelerde bir artış gerçekleşmeye başlamış ve sektör ihracat ağırlıklı olarak çalışmaya başlamıştır.

Türk hazır giyim sektörü, dünyada altıncı ve AB'ye mal sevk eden ikinci büyük tedarikçi durumundadır. Günümüzde tahmini olarak 40.000'e yakın firma bu sektörde faaliyette bulunmaktadır. Bu firmaların neredeyse dörtte biri aktif olarak ihracatçı durumdadır. Bu firmaların %80'e yakın kısmı da KOBİ'lerden oluşmakta olup bunların büyük kısmı da fason üretim yapmaktadır.<sup>32</sup>

Tekstil ve hazır giyim sektörü, toplam ihracatımızın %34'ünü, genel ithalatın ise %8'ini oluşturmaktadır. 21.5 milyar dolarlık üretim değeri ile bu sektörün GSMH içerisindeki payı % 10.7 civarında, ayrıca SSK'ya kayıtlı istihdamında % 10.9'unu oluşturmaktadır.<sup>33</sup>

Konfeksiyon alanında ihracat ağırlıklı olarak, AB ülkeleri ve diğer OECD ülkelerine yapılmaktadır. Türkiye, AB pazarına coğrafi olarak yakın olma avantajını iyi değerlendirmiş durumdadır. İhracatta ikinci sırada AB üyesi olmayan diğer OECD ülkeleri yer almaktadır. Son yıllarda Orta Doğu ülkeleri de ihracattaki önemli pazarlardan birisidir.

AB, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünü için ana ihracat pazarı konumundadır. AB pazarını sırası ile ABD, Doğu Avrupa ülkeleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarları takip etmektedir. Türkiye, AB'nin hem tekstil hem de hazır giyim açısından ikinci büyük ihracatçı ülkesi konumunda bulunmaktadır.

Türk hazır giyim ve konfeksiyon pazarı Tablo 1.5'te de görüldüğü gibi 1992-2004 yılları arasında en yüksek ihracat artışını AB pazarına gerçekleştirmiştir. Rusya pazarı hariç bütün pazarlarda her yıl, sürekli bir ihracat artışı gerçekleştirilmiştir. Rusya

---

<sup>32</sup>Bozoğlu, Z.M., "Türk Hazır Giyim Sektöründe Çin Tehdidine Karşı Markalaşma"  
<http://www.igeme.org.tr/tur/bakis/sayi%2028/bakis2844.htm>

<sup>33</sup> Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.2004, İTKİB, "Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri", Kitap Matbaacılık, İst. s.198

pazarında bu gerilemenin sebebi, o ülkenin içinde bulunduğu ekonomik krizden kaynaklanmıştır.

Sonraki yıllarda maliyetlerin yükseleceği ve işçi maliyetleri bakımından daha ucuz olan Çin pazarının Türk konfeksiyon sektörüne büyük bir darbe vuracağı düşünülmektedir.

**Tablo 1.5 : Türkiye'nin Önde Gelen Hazır Giyim ve Konfeksiyon Pazarının Yıllar İtibariyle Gelişimi (Milyon Dolar)**

	AB	Almanya	ABD	İngiltere	Fransa	Hollanda	Rusya
1992	3.280	2.070	330	350	270	230	-
1993	3.240	2.060	390	350	270	250	-
1994	3.260	2.100	560	280	280	260	-
1995	4.370	2.860	620	350	390	340	670
1996	4.400	2.880	590	360	350	350	420
1997	4.590	2.830	750	480	410	350	720
1998	5.170	2.923	840	567	470	405	373
1999	5.012	2.705	952	671	479	374	135
2000	5.195	2.636	1.228	861	492	380	103
2001	5.333	2.499	1.210	1.012	550	383	57
2002	6.383	2.721	1.468	1.391	656	472	69
2003	8.155	3.399	1.542	1.639	850	658	111
2004	10.997	3.886	1.780	2.185	1.064	829	416

Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.86.

AB ülkeleri ile ticarete en büyük pazar, aynı zamanda toplam konfeksiyon pazarının %35’ini oluşturan Almanya pazarıdır. Ardından İngiltere, Fransa ve Hollanda en büyük AB pazarını oluşturmaktadır. AB ülkeleri toplam ihracatında 2000-2004 döneminde yaklaşık %55 oranında bir artış söz konusudur. Almanya’nın ihracattaki payı her dönem artmakla birlikte, son yıllarda AB ülkeleri ihracatı toplamı içerisindeki payı azalış eğilimi göstermektedir. 1995 yılında Türkiye’nin AB-15’e yönelik ihracatı içinde Almanya’nın

payı %65 iken, bu oran 2000 yılında %51'e, 2003 yılında %49'a ve 2004 yılında ise %39'a gerilemiştir. AB ülkeleri içerisinde en hızlı ihracat artışı olan ülke olarak İngiltere dikkat çekmektedir. İngiltere'ye yönelik ihracat 1995 yılında Türkiye'nin AB ihracatının %8'i oranında iken, 2003 yılında bu oran %20'ye ve 2004 yılında %21'e yükselmiştir. <sup>34</sup>

AB ve ABD pazarının Türkiye için önemi çok büyüktür. Bu pazarlarda meydana gelebilecek olumsuz gelişmeler, dolaylı olarak hazır giyim sektörünü ve Türkiye'yi de etkileyecektir.

**Tablo 1.6 : Seçilmiş Bazı Ülkelerin Hazır Giyim İhracatı (2002) (Milyon \$)**

	1990	1995	2000	2001	2002
Dünya	108.130	158.340	197.030	193.690	200.850
Çin	9.669	24.049	36.071	36.650	41.302
Hindistan	2.530	4.110	6.178	5.483	.....
Meksika	587	2.731	8.631	8.011	7.751
Fas	722	797	2.401	2.342	2.413
Romanya	363	1.360	2.328	2.780	3.251
Türkiye	3.331	6.119	6.533	6.661	8.057

Kaynak : Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.,2004, İTKİB, "Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri", Kitap Matbaacılık, İstanbul, s.13

Seçilmiş bazı ülkelerin 1990-2002 yılları arasındaki hazır giyim ihracat rakamları Tablo 1.6'da gösterilmiştir. 1990-1995 döneminde en yüksek sıçramayı Meksika'nın, %365 oranıyla yaptığını görmekteyiz. Meksika'nın bu sıçramasını 1995-2000 yılında da %216'lık oranıyla devam ettirdiğini görmekteyiz. Fakat 2000 yılından sonra giderek ihracatında bir azalma söz konusu olmuştur.

<sup>34</sup> Aras. G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.88.

Buna karşılık Türkiye'nin 1990-1995 dönemindeki ihracat artışı %83.7 civarında olmuştur. 1995 yılından 2002 yılına gelene kadar ihracatında sürekli bir artış olmuş ve Çin'den sonra en büyük ikinci ihracatçı ülke duruma gelmiştir.

Dönemler itibariyle miktar olarak en yüksek artış seviyesini Çin göstermiştir. 1990 yılındaki 9 milyar 669 milyonluk ihracat 2002 yılına gelindiğinde 41 milyar 302 milyonluk seviyeye gelmiştir.

**Tablo 1.7 : Seçilmiş Bazı Ülkelerin AB'ye İhracatları ( Milyon Euro)**

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Çin	1.451	3.109	3.738	4.574	4.803	5.661	6.545	7.057	7.910
Türkiye	1.846	3.178	3.438	3.936	4.373	4.574	5.283	5.747	6.696
Romanya	329	929	1.113	1.429	1.785	2.005	2.463	3.164	3.496
Fas	1.004	1.600	1.637	1.828	1.999	2.072	2.313	2.653	2.524
Hindistan	863	1.547	1.513	1.504	1.527	1.610	1.938	2.098	2.204

Kaynak : Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.,2004 İTKİB, "Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri", Kitap Matbaacılık, İstanbul, s.202

Tablo 1.7'de de seçilmiş bazı ülkelerin AB'ye olan ihracat miktarları verilmiştir. Tablo 1.7'de de görüldüğü gibi en yüksek paya sahip olan ülkenin Çin daha sonra da Türkiye'nin geldiğini görmekteyiz. Çin'in 1.451 milyarlık ihracatı 7. 910 milyar Euro'ya çıkarken, Türkiye'nin ihracatı da 1.846 milyar Euro'dan 6.696 milyar Euro'ya çıkmıştır. Bu iki ülke arasında ihracat farkı Euro bazında 2002 tarihi itibariyle %18,13'tür. Aslında bu oranın çok fazla olmadığını söylemek mümkündür. Fakat bu, Türkiye'nin Gümrük Birliğinden dolayı elde ettiği avantajdan kaynaklanmaktadır. 2005 yılında kotaların kalkması ile gerçek rekabet ortaya çıkacaktır. Çin'in gerçek gücü ortaya çıkacaktır.

**Tablo 1.8 : Seçilmiş Bazı Ülkelerde Saatlik Ortalama Ücret (2002)**

Ülke	Saatlik Ortalama Ücret
Hindistan	\$ 0.58
Çin	\$ 0.69
Meksika	\$ 2.22
Türkiye	\$ 2.58
Fas	\$ 1.27
İtalya	\$ 8.06

Kaynak : Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G., ve Danış,2004 İTKİB, “Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri”, Kitap Matbaacılık, İstanbul, s.13

Tablo 1.8’de de görüldüğü gibi seçilmiş bazı ülkelerin ortalama saatlik ücretleri dolar(\$) bazında verilmiştir. Burada ki rakamları değerlendirdiğimizde en büyük avantaja sahip ülkenin Çin olduğunu söyleyebiliriz. Bu rakam ciddi anlamda fiyat konusunda Çin ile rekabet etmede zorlanacağımızı göstermektedir.

Türk hazır giyim sektörünü değerlendirdiğimizde karşımıza şu sonuç çıkmaktadır. Sektörün düzenli işleyebilmesi için geliştirilmiş ve sürekli yenilenen bir organizasyona sahip olmadığını, ülkedeki ekonomik ve politik istikrarın sağlanmaması nedeniyle sektörün ufak bir krizde bile hemen dar boğaza girdiğini, ihracat yönelik mevcut yapının da kendini sürekli olarak değiştirmesi gerektiğini, maliyetlerin iyi bir şekilde tespit edilmemesi vb. sebeplerden dolayı sıkıntıya gireceğini söyleyebiliriz. Sektörün sorunları, tehditleri, fırsatları, zayıf yönleri ve güçlü yönleri bu tezin üçüncü bölümde yer alan Türk tekstil sektörünün Swot Analizi bölümünde ayrıntılı olarak incelenecektir.

## 2.BÖLÜM

### 2. DÜNYADA TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN DURUMU

Gelişmiş ülkelerin 18. yüzyılda gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecine damgasını vuran tekstil ve daha sonra hazır giyim sektörü, günümüzde de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarında benzer bir rol oynamaktadır. Tekstil, gelişmiş pazar ekonomilerinde de yaratılan katma değer sıralamalarında, ileri teknoloji sektörlerinin ağırlığına rağmen, ilk sıralarda yer almaktadır.<sup>35</sup>

Bu önemli sektöre dünya genelinde bakıldığında öne çıkan belli başlı eğilimler özetle; dünya tekstil ticaretini ve rekabetin artacağı, giyim sanayi üretiminin işgücü maliyetlerinin düşük olduğu ülkelere kayacağı yönündedir.

2005 ve sonrasında DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü) düzenlemesinin hayata geçirilmesiyle dünya tekstil ticaretinin daha gelişebileceğini söyleyebiliriz. Bloklar içi (AB, NAFTA, Uzakdoğu) tercihli ticaret giderek daha fazla ağırlık kazanmakta; bu da bloklar arası ticaret ve özellikle bloklar dışında kalan ekonomiler için yeni ve büyük boyutlu bir rekabet engeli yaratmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler tekstil ve hazır giyim üretim ve ticaretinde gelişmiş ülkelere kıyasla paylarını artırmaktadırlar. Gelişmiş ülkeler tekstil üretiminde söz sahibi olmaya devam ederken, giyim sektörü üretimi işgücü maliyetlerinin düşük olduğu ülkelere doğru geçmektedir.

Tekstil ve konfeksiyon ticaretinde giderek artan uluslar arası rekabet nedeniyle, sahip oldukları pazar paylarını korumak isteyen gelişmiş ülkeler, yeni kapasite artışı yaratmaksızın üretim süreçlerinin modernizasyonuna yönelik yatırımlar gerçekleştirmişlerdir. Gelişmiş ülkeler gerçekleştirdikleri yatırımlarla bir tarafta üretim

---

<sup>35</sup> Dünya ve Türkiye’de Tekstil – Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye’nin Rekabet Gücü, <http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/tekstil/kanoglun/rekabet.pdf#search=%22D%C3%9CNYADA%20TEKST%C4%B0L%22>

verimliliğinde artış sağlamışlar, diğer taraftan ise Ar-Ge faaliyetleri sonucu tekstil ürünlerinin esneklik, yanmazlık, kolay ütülenebilir gibi özelliklerini geliştirerek katma değeri yüksek olan ürünlerin üretimine yönelmişlerdir. Ayrıca, tekno – tekstil, bio – tekstil, eko–tekstil gibi birim fiyatı daha yüksek ürünlerle ürün yelpazelerini zenginleştirerek, pahalı iş gücüne rağmen rekabet edebilirliğini sürdürmüşlerdir. Gelişmekte olan ülkeler son yıllarda tamamıyla yeni bir yatırım hamlesi içerisine girmişlerdir.

## **2.1. AVRUPA BİRLİĞİ TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ**

Tekstil ve konfeksiyon üretimi öncelikle sanayileşmiş ülkelerde başlamış fakat sonraları sektörün emek-yoğun olması sebebiyle gelişmiş ülkelere, gelişmekte olan ülkelere doğru kaymıştır. Bunun en büyük nedeni ise, ucuz işgücüdür. Tekstil ve konfeksiyon sektörü ilerleyen zamanlarda dünya ticaretinde önemli bir global sektör haline gelmiştir. AB endüstrisi dünya genelinde rekabetçi özelliklere sahip en kuvvetli bir güç konumundadır. İşgücü maliyetleri daha düşük seviyede olan Asya ülkelerine göre daha rekabetçi bir konumdadır. AB tekstil endüstrisinde, yüksek verimlilik, moda, marka yaratma ve teknoloji bakımından az gelişmiş ülkelere göre daha avantajlı durumdadır.

Son 30 yıl içerisinde AB tekstil ve konfeksiyon sektöründe çalışan sayısının büyük ölçüde azaldığı ve üretiminde düştüğü görülmektedir. Ancak teknolojide saplanan gelişmeler ve gerçekleştirilen yapısal değişiklikler sayesinde, üretim verimliliği 4-5 katına çıkarken, işçi başına sağlanan katma değer de ona bağlı olarak bir artış göstermiştir. AB tekstil ve konfeksiyon sektörü 2005 yılı itibariyle 2 milyona yakın çalışan ile 200 milyar Euro'luk bir ciro sağlayan sektör haline gelmiştir. Türk tekstil ve konfeksiyon sektörüne baktığımızda ise, ülke genelinde çalışan sayısının 2 milyon civarında olduğu ve net olmayan rakamlara göre ise cirosunun 25-30 milyar Euro olduğu düşünülürse AB tekstil ve konfeksiyon sektörü'nün gücü daha iyi anlaşılmaktadır.<sup>36</sup>

AB tekstil ve konfeksiyon sektörü, son 10 yılda teknolojik değişime uyum , farklı üretim maliyetleri ile karşılaşma, uluslar arası rekabetin getirdiği koşullarla başa çıkmak

---

<sup>36</sup> ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstil ve Hazırgiyim Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu

durumunda kalmış ve sürekli kendini geliştirmiştir. Hele 2005 yılında kotaların kalkmasının getireceği yeni bir rekabet ortamına kendini hazırlamış ve yenilemiştir. Bunun için sektörde, modernizasyon, teknolojik gelişim ve yeniden yapılandırma süreçleri devam etmektedir. AB tekstil ve konfeksiyon sektörü yüksek katma değer yaratan, teknoloji yoğun, kaliteli ve markalı ürünlere odaklanmıştır.<sup>37</sup>

AB'deki büyük perakendeciler, gelişmekte olan ülkelerde iki tip tedarikçinin oluşacağını görmüşlerdir. Bunlardan biri, merkezi Asya'da üretim birimleri ise dünyanın her yanında bulunan "büyük" ölçekli firmalardır. Bunlar daha çok ağırlıklı olarak tişört, kazak, pamuk pantolon, iç çamaşırı ve dokuma gömlek gibi temel ürünleri, ölçek ekonomisinden faydalanarak düşük maliyetle ve yüksek miktarda üretmektedir. İkinci tip firma ise, yüksek derecede kaliteli ve esnek yapıda olup, alıcılara yakın yerlerde faaliyette bulunmakta ve tercihli piyasa giriş avantajlarından da faydalanmaktadır. Bu firmalar, küçük miktarda yüksek katma değerli ürünü kısa sürede sağlayabilmektedirler. Bununla beraber, az gelişmiş ülkelerdeki ve küçük, güçsüz ülkelerdeki çoğu firma bu iki kategoriye de girmemektedir.<sup>38</sup>

AB'ne üye olan ülke sayısı Mayıs 2004 tarihine kadar 15 iken bu tarihten sonra birliğe 10 ülke daha katılmıştır. Onlarında tekstil ve konfeksiyon sektörüne artı katkıları olmuştur. Tablo 2.1'de de görüldüğü gibi 2003 yılı itibariyle 11.2 milyon Euro satış hacmi 559.968 kişi çalışan, 8.086 adet firma ve 0.4 milyon Euro'luk yatırım ile birliğe güç katmışlardır.

---

<sup>37</sup> Aras, G.,2006 "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.46

<sup>38</sup> Ekinci, M.B., "Tekstil ve Konfeksiyonda Görünüm", Eylül 2005  
<http://www.kalkinma.org/goster.asp%3Fsayfa%3Dmakale>



**Tablo 2.1 AB-15 VE AB-25 (2003 )**

	Satış Hacmi (Milyon Euro)	Yatırımlar (Milyon Eur)	Toplam istihdam (1000 kişi)	Firma Sayısı Adet
AB-25	187.100	5.5	2.456.000	106.400
AB-15	175.874	5.027	1.896.032	98.313
Yeni Üye-10	11.226	0.473	559.968	8.086

Kaynak : Aras, G.,2006 ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.11.

Tablo 2.1.’de görüldüğü gibi AB’nin Tekstil ve konfeksiyon sektöründe, her yıl sürekli bir istihdam, üretim ve yatırım azalması yaşanmaktadır. Dış ticaret dengesinde de negatif yönlü bir büyüme söz konusudur. Sektörün genel olarak KOBİ ölçekli firmalardan oluşması ve firmaların da çalışan sayısı olarak da 45-50 kişiyi geçmemesi, işçi maliyetlerinin de fazla olması sebebiyle sektör eski canlılığını kaybetmektedir. AB tekstil ve konfeksiyon pazarında ağırlığı olan 5 ülke mevcuttur. Bunlar, İtalya, İngiltere, Fransa, Almanya ve İspanyadır. Bunlardan İtalya, Fransa ve İspanya konfeksiyonda yoğunlaşmışken, İngiltere ve Almanya ise tekstil üzerine daha çok yoğunlaşmıştır.

### **2.1.1. Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Pazar Büyüklüğü**

Avrupa Birliği tekstil ve konfeksiyon sektörünün son 10 yıllık verilerine baktığımızda çoğunlukla bir gerileme görülmektedir. Bunun en büyük nedenlerden birkaçı, AB tekstil ve konfeksiyon pazarını etkileyen birçok iç ve dış olumsuz faktörlerin olmasıdır. En belirgin olanı ise 1997 yılında Uzak Doğu ülkelerinde başlayan dünya global krizi ve bu krizin dünya tekstil ve konfeksiyon pazarına olan etkisidir.

**Tablo 2.2 Avrupa Birliği Tekstil ve Konf.Sektörünün Tedarikçileri (Milyon Euro)**

	2000	2001	2002	2003	2004
Çin	2,031	2,088	2,275	1,663	1,892
Türkiye	2,088	2,285	2,179	1,394	1,560
Hindistan	1,964	1,992	1,736	1,141	1,225
Pakistan	1,057	1,115	1,184	573	634
Çek Cum.	816	972	977	777	682
İsviçre	1,209	1,173	1,042	898	862
ABD	1,578	1,469	1,198	930	818
Güney Kore	1,042	988	928	762	709
Polonya	615	683	691	400	426
Japonya	818	719	629	512	501

Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.16.

AB tekstil ve konfeksiyon sektörünün en önemli 3 tedarikçisi vardır. Tablo 2.2.’de de görüldüğü gibi bunlar sırası ile, Çin, Türkiye ve Hindistan’dır. AB tekstil ve konfeksiyon sektörü 2002-2003 dönemde mal alımını bütün ülkeler bazında azaltmıştır. Türkiye, Çin ve Hindistan’ı karşılaştırdığımız zaman her 3 ülkenin de aynı dönemlerde artış ve azalış sergiledikleri görülmektedir. Burada Türkiye’nin en büyük avantajı AB ülkelerine coğrafi bakımdan yakınlığı iken Çin’in en büyük avantajı ise düşük maliyetlerdir. Tablodan da görüldüğü gibi Türkiye ve Çin, genel ithalatın %25’ini karşılamaktadırlar. 2005 yılından sonra Türkiye ve Çin arasındaki rekabet daha da hızlanacaktır. Çin ve Hindistan’ın bu rekabette Türkiye’ye nazaran daha iyi bir artış sağlayacakları düşünülmektedir.

**Tablo 2.3 Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Pazarı ( Milyon Euro)**

	2000	2001	2002	2003	2004
ABD	3,076	3,000	2,874	2,177	2,246
Polonya	2,158	2,258	2,187	2,019	1,886
Romanya	1,486	1,737	1,893	1,983	2,069
Türkiye	1,341	1,235	1,515	1,553	1,713
Tunus	1,468	1,642	1,558	1,408	1,374
Fas	1,311	1,412	1,399	1,316	1,275
Çek Cumh.	1,031	1,117	1,174	1,105	1,064
İsviçre	1,183	1,200	1,098	850	858
Hong Kong	901	953	905	873	947
Macaristan	924	965	936	837	728

Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.17.

Tablo 2.3.’te AB’nin tekstil pazarına baktığımız zaman da Türkiye’nin 4.sırada yer aldığını görmekteyiz. Ülkemiz 2004 yılı itibariyle 1.560 milyon Euro’luk tekstil ihracatı yaparken (AB’ye) 1.713 milyon Euro’luk da tekstil ithalatı gerçekleştirmiştir. Tekstil de bir dış ticaret açığı vardır. Fakat bu açığımızı konfeksiyon sektörü 8.527 milyon Euro’luk ihracat ile kapatmaktadır. Bu da bizlere Türkiye’nin AB pazarı için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Burada en çok dikkatimizi çeken ise Çin’in AB pazarı içerisinde yer almamasıdır. Çin , AB’ye mal satıyor fakat oradan mal almayarak dış ticaretini güçlendirmektedir. Yine aynı şekilde konfeksiyon sektöründe de Çin AB’nin en büyük tedarikçisi konumundayken AB’den konfeksiyon ithalatı yapmamaktadır. Bu da Çin’in ileri dönemlerde AB tekstil ve konfeksiyon pazarı için çok tehlikeli olacağını göstermektedir.

## 2.1.2. Avrupa Birliği Tekstil Sektörünün Dış Ticareti

Avrupa Birliği'nin tekstil ve konfeksiyon dış ticareti çok farklı bir tablo çizmektedir. Avrupa Birliğinde tekstil üretimi dış ticaret dengesi her yıl artı bir tablo sergilerken, konfeksiyon sektöründe ise negatif bir dış ticaret dengesi büyümesi tablo 2.4.'te görülmektedir. Bu da bizlere AB'nin tekstil ürünlerini üretip sattığını fakat konfeksiyon ürünlerini ise dışarıdan temin ettiğini göstermektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün emek-yoğun bir sektör olması, AB'nin öteki ülkeler ile maliyetler açısından rekabet edemediğini göstermektedir. AB'deki işgücü maliyetlerinin yüksek olması, AB'nin de konfeksiyon sektöründe ithalata yönelmesine sebep olmuştur.

**Tablo 2.4 : AB Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticaret Dengesi (Milyon Euro )**

	2001	2002	2003	2004
<b>Tekstil</b>				
İthalat	19.821	18.914	14.988	13.769
İhracat	26.813	26.777	24.255	20.992
Denge/Fark	6.992	7.863	9.267	7.223
<b>Konfeksiyon</b>				
İthalat	50.056	50.299	55.466	55.283
İhracat	16.207	16.181	17.612	16.198
Denge/Fark	-33.849	-34.118	-37.854	-39.085

Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.22.

Tablo 2.4'te görüldüğü gibi en son 2004 yılında tekstil sektöründe 20.992 milyon Euro'luk ihracat gerçekleştirirken ithalatındaki rakam ise 13.769 milyon Euro'da kalmıştır. Bu da o yılki tekstil dış ticaret dengesinin 7.223 milyon artı bir rakamla kapattığını göstermektedir. Konfeksiyon sektöründe ise en son 2004 yılında 16.198 milyon Euro ihracat gerçekleştirirken 55.283 milyon Euro ithalat ile dış ticaret dengesinin 39.085 milyon Euro açık verdiğini görmekteyiz.

Yıllar itibariyle gelişmelere tablo 2.4.'e bakıldığında ise, 2003 yılındaki tekstil ihracatının 2004 yılında %28.3 azaldığını, yine aynı şekilde 2003 yılındaki konfeksiyon ithalatının 2004 yılında 1.231 milyon Euro arttığını görmekteyiz.

Avrupa Birliği'nin toplam imalat sanayi içerisinde tekstil sektörünün payına baktığımızda ise, ihracatın %5'ini ithalatında %7'sini oluşturduğunu görmekteyiz. İhracatta tekstil sektörü sanayisi ile ön plana çıkarken (kaliteli kumaş ve makine üretip satması) , konfeksiyon sektöründeki %2'lik ihracat ise AB ülkelerinin markalaşmış ürünlerini iyi pazarlamasından kaynaklanmaktadır. İthalatta ise % 5'lik kısmın konfeksiyon sektöründen kaynaklandığını görmekteyiz. Bu da AB'nin ürünlerini dış pazarlarda fason üretim yaptırarak gerçekleştirdiğini söyleyebiliriz.<sup>39</sup>

### **2.1.3. Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Kuvvetli ve Zayıf Yönleri**

#### **2.1.3.1. AB Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Kuvvetli Yönleri**

- Kalite ve yenilikçilikte liderlik
- Yaratıcılık ve bilimsel mükemmeliyet
- Çok yönlü endüstriyel kapasiteler ve bunlara uygun yetenekler
- Önemli tedarikçi ve müşteri sektörleriyle işbirlikleri ve ortaklıklar
- Büyük ve sofistike bir iç pazar
- Dünyaca tanınan ve kabul görmüş Avrupa markaları
- Bilimsel sonuçların daha hızlı ve etkili bir şekilde yenilikçi ticari ürün ve yöntemlerle dönüştürülmesi
- Daha esnek, küçük partiler üretebilen, kaynakları etkin bir şekilde kullanan üretim yöntemlerinin geliştirilmesi
- Müşteriye daha fazla yakın olunması ve ürün geliştirmede değer zincirinin değer halkaları ile daha fazla işbirliği yapılması

---

<sup>39</sup> Aras,G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.23

- Başka tekstillerin yeni kullanım alanlarında olmak üzere, bilgi ve yeteneklerin geliştirilmesi, bunlardan daha etkin bir şekilde faydalanılması.
- Özel, kamu ve eğitim kapasitelerinin daha stratejik bir şekilde geliştirilmesi
- Kişiyse özel ürün ve servis hizmetleri sayesinde yüksek değer kazanımı sağlanması

#### **2.1.4.2. AB Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Zayıf Yönleri**

- İşçilik ücretlerinin yüksek olması
- Tekstil sanayisinin bazı zamanlarda sıkışması
- Kalifiye insan kaynaklarında görülen azalma
- Tekstil Mühendisliği yüksek öğreniminde yeterli kaliteli elemanın olmaması.<sup>40</sup>

## **2.2. KUZEY AMERİKADA TEKSTİL - KONFEKSİYON TİCARETİ VE KUZEY AMERİKA SERBEST TİCARET ANLAŞMASI ( NAFTA )**

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün uluslar arası bir boyut kazanması ve yayılması uzun yıllar öncesine dayanmaktadır. 1950'lerden itibaren tekstil ve konfeksiyon sektörü, üretim süreçlerinin genellikle Asya ülkelerine doğru kayan bir zemine sahiptir. İlk kayma noktası 1950 ve 1960'larda yaşanmıştır. Üretim, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'dan Japonya'ya kaymış ve Japonya'dan yapılan ithalatlarda ciddi bir sıçrama meydana gelmiştir. 1970'li ve 1980'li yıllarda ise üretim Japonya'dan Hong Kong, Tayvan ve Güney Kore'ye kaymıştır. 1980'li yıllarda Çin'de ağırlığını hissettirmeye başlamıştır. 1990'lı yıllarda ise sektör üretiminin ağırlık kazandığı bölge, Güney Asya ve Latin Amerika ülkeleridir. Seneler itibariyle bu üretim sürecindeki kaymanın arkasında yatan en önemli neden tekstil ve konfeksiyon sektörünün emek yoğun bir sektör oluşu nedeniyle iş gücü nerede daha ucuz ise üretiminde o gölgeye taşınmasıdır.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Tarakçioğlu, I., <http://www.tekstilisveren.org/content/view/189/38/1/3>

<sup>41</sup> Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.,2004, İTKİB, "Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri", Kitap Matbaacılık, İst., s.24

Aralık 1992’de imzalanan, 01.01.1994 tarihinde Amerika, Kanada ve Meksika arasında serbest ticaret ve yatırım kurallarının temelini oluşturan NAFTA uygulamaya girmiştir. NAFTA; ABD, Meksika ve Kanada ülkeleri arasında kota, gümrük vergileri ve diğer ticari engellerin azaltıldığı ayrıntılı ve taraflar arası bir anlaşmadır. Bu anlaşma ile, üye ülkeler arasında ekonomik istikrar ve 1980’lerin ortasından beri devam eden ticari kazanç ve ticari politikadaki değişmelere sağlam bir zemin hazırlama hedeflenmiştir. İlk kez olarak yabancı şirketlere, anlaşma ülkelerini uluslar arası tahkim kurullarında tek taraflı olarak dava etme hakkı tanınmıştır. 1994-2001 yıllarında yatırımcıların ABD, Kanada ve Meksika hükümetlerine karşı açtığı yüzlerce tahkim davası bulunmakta olup; bu davaların hemen hepsinde yatırımcılar kazanmış, devletler ise kaybetmiştir.<sup>42</sup>

**Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması ( NAFTA)’nın 102. maddesine göre bu anlaşmanın amacı şu şekildedir ;**

- Ticarete engel olan sınırlamaları kaldırmak, mal ve hizmetlerin hareketlerini üye ülkeler arasında kolaylaştırmak.
- Serbest ticaret alanı içerisinde adil rekabet şartlarını teşvik etmek,
- Üye ülkelerde yatırım imkanlarını arttırmak,
- Üye ülkelerde fikri mülkiyet haklarını yeterli seviye ve etkin bir şekilde korumak,
- Bu anlaşmanın uygulanması, müşterek yürütülmesi ve anlaşmazlıkların çözümü için etkin prosedürlerin oluşturulması,
- İleride üçlü, bölgesel veya çok uluslu işbirlikleri için bir çerçeve oluşturmak ve anlaşmanın faydalarını arttırmak.

Ayrıca, anlaşmaya göre üye ülkeler, anlaşmanın sayılan bu amaçlarını 2008’e kadar tam anlamıyla uygulamak için çalışacaklardır. NAFTA oldukça kapsamlı ve uzun vadeli bir ticaret anlaşmasıdır. Örneğin NAFTA anlaşmasının bir bölümünde, yatırımcıları teşvik etmek için üye ülkelere yatırım yapan, yatırımcıları koruyucu önlemlere yer vermektedir. Yabancı yatırımları kamulaştırmaya ve yatırımlardan kazandıkları karlarını kendi

---

<sup>42</sup> <http://www.antimai.org/dag/inxnafta.htm>

ülkelerine götürebilmeleri ve firmalara ayırım yapılmayacağına dair garantiler de içermektedir. Fikri mülkiyetleri koruyarak önemli yabancı firmaların NAFTA ülkelerinde rahatça yatırım yapmaları sağlanmaktadır. Bu özelliği ile NAFTA, yabancı yatırımları teşvik etmektedir. Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY) 1980'lerde 3 milyar \$ (dolar) seviyesinde gerçekleşirken 1999'lardan sonra bu rakam 11 milyar \$ (dolar) seviyelerine kadar yükselmiştir. Bu yatırımların %75'ine yakın kısmı imalat sanayine yapılmıştır.<sup>43</sup>

NAFTA'nın menşe kuralı'ndan bahsedilmektedir. Menşe Kuralına göre NAFTA ülkesi malları kullanılarak üretilen mallar, üye ülkelere giriş yaparken belirlenen düşük oranlı gümrük vergisi ödeyerek NAFTA üyesi ülkelere girebilmektedirler. Burada önemli olan husus, NAFTA üyesi ülkeye giriş yaparken söz konusu olan malın menşenin net bir şekilde ispatlanması gerekir. Aksi halde, NAFTA ülkesinde üretilmeyen bir mal, haksız olarak düşük vergi ödeyerek üye olan ülkelere girebilir.

Bazı durumlarda Menşe şartlarına uymayan, fakat esaslı menşe işlemlerine tabi tutulmak koşulu ile Kuzey Amerika'da üretilen bazı kumaş veya iplikler için önceden anlaşılan yıllık miktarları aşmamak üzere tercihli gümrük vergisi uygulanabilmektedir. Bundaki amaç, üreticilerin kısa vadeli arz problemlerini azaltmaktır.

Kanada ve Meksika, ABD'nin birinci ve üçüncü en büyük ticari ortaklığı konumundaki iki ülkedir. NAFTA'nın uygulamaya girmesiyle birlikte Kuzey Amerika, dünyanın en büyük serbest ticaret bölgesi konumuna yükselmiştir. Bu anlaşma, ABD'nin soğuk savaş ardından almış olduğu stratejik bir karardır. Askeri endüstrinin daralması, mavi yakalıların çalıştığı işlerin azalması, Amerika mallarına olan talebin artması, eğitilmiş iş gücü ve kalifiye teknisyenlerin artması yüksek maaşlı iş alanlarının artmasına neden olmuştur. NAFTA, ABD ekonomisinin canlanmasına önemli katkıları olan bir anlaşmadır. Bu anlaşma ile Kanada ve Meksika'da Amerikan mallarına yeni pazarlar yaratılmış, bu sayede de değişik iş alanlarında bir çok iş imkanı ortaya çıkmıştır.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.,2004, İTKİB, "Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri", Kitap Matbaacılık, İst., s.25

<sup>44</sup> Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.,2004, İTKİB, "Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri", Kitap Matbaacılık, İst., s.26



**Tablo 2.5. NAFTA Ülkeleri Arasında Toplam Mal Ticareti ( Milyar \$)**

	Toplam İçindeki Payı					
	Değer		İthalat / İhracat			
	2001	2002	1990	1995	2001	2002
NAFTA (3)						
Toplam İhracat	1149	1107	100	100	100	100
Aralarındaki İhracat	637	626	42.6	46.1	55.5	56.5
Dışarı – İhracat	512	481	57.4	53.9	44.5	43.5
Toplam İthalat	1578	1599	100	100	100	100
Aralarındaki –İthalat	624	609	34.4	37.7	39.6	38.1
Dışarı İthalat	954	990	65.6	62.3	60.4	61.9

Kaynak : Arı, S., Bilgin, H., Karabulut, G.,2004 İTKİB, “Türk hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücü Arttırıcı Politika Önerileri”, Kitap Matbaacılık, İstanbul, s.27.

NAFTA ile birlikte Amerika, Kanada ve Meksika'nın mal ithalat ve ihracat yaptıkları ülkeler değişmiştir. Tablo 2.5'te de görüldüğü gibi 1990 yılında üye ülkeler ihracatlarının % 42.6 sını kendi aralarında gerçekleştirirken 2002 yılına gelindiğinde bu oran % 56.5'e çıkmıştır. İthalat rakamlarına bakıldığında ise kendi aralarındaki ithalat 1990'da % 34.4 iken, bu oran 2002'de % 38.1'e çıkmıştır. Bu sonuç, NAFTA'nın üye ülkeler arasındaki ticareti olumlu etkilediği anlamına gelmektedir.

NAFTA'nın uygulamaya girmesi iyi mi, kötü mü ve kimler için iyi, kimler için kötü soruları çoğu zaman sert bir tartışma konusu olmuştur. NAFTA'nın uygulamaya girmesiyle birlikte, ABD'de birçok insanın işsiz kalması, bu tartışmaları daha da alevlendirmiştir. Bu anlaşma sonucu en fazla iş kayıpları tekstil ve konfeksiyon sektöründe yaşanmıştır.

ABD'nin bir çok yabancı büyük firması NAFTA'nın etkiyle Meksika'ya her sene artan oranda yatırım yapmışlardır. Firmaların konsolide yapıya geçmesi, otomasyon ve zengin kaliteli üretim programları uygulamaları ABD'deki bu sektördeki işsizliğin arttırmasının yanı sıra, NAFTA ABD firmalarının kar marjlarının artmasında da büyük rol oynamıştır. ABD firmalarının Meksika'lı işçilere düşük ücret ödemeleri, ABD'de çok önemli bir yere sahip olan sağlık ve güvenlik haklarından kaçması, üretim atıklarını ülke içindeki nehirlere serbest bir şekilde boşaltabilmeleri, ABD'li firmaların nasıl kar marjlarını arttırdıklarının arkasında yatan en önemli etkenlerdendir.

NAFTA'nın 1 Ocak 1994'te uygulamaya girmesiyle birlikte Çin'in Amerikan pazarındaki üstünlüğünü Meksika kapmıştır. Bu tarihten önce Çin, Amerika'da konfeksiyon sektöründeki malların ithal edildiği bir numaralı ülke konumundayken NAFTA ile birlikte durum değişmiştir. Bir çok konfeksiyon ürünü Meksika ve Kanada'da kurulmuş olan firmalardan Amerikan iplik ve kumaşı kullanarak nihai mal haline getirilip tekrar Amerika'ya ihraç edilmektedir. Oysa, ABD daha önceleri Asya ülkelerinde üretilen ve üretim esnasında da Asya iplik ve kumaşlarından kullanılan süreçlerden geçmiş malları ithal etmekteydiler.

Bir serbest ticaret anlaşması sonrasında kaybeden ve kazanan taraflar olacaktır. Ama NAFTA'yı bu bağlamda ele alırsak, bu anlaşmanın getirdiği kazançların kayıplardan daha çok olduğu kabul görmüş bir olgudur. Meksika açısından bakmak gerekirse, konfeksiyon sektörü kazananlar olarak nitelendirilebilir.

1994 yılında NAFTA'nın uygulamaya girmesiyle birlikte Meksika ve Kanada arasındaki ticaret hacmi ciddi bir şekilde artmıştır. Meksika, Kanada'lı ihracatçılar için ABD, Japonya ve Çin'den sonra en önemli dördüncü pazar haline gelmiştir. Meksika, NAFTA ile birlikte Kuzey Amerika pazarına dahil olmuş bu sayede de ekonomileri büyümüş ve hayat standartları göreceli olarak artmıştır.

## 2.3.TEKSTİL VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ İLE İLGİLİ ULUSLAR ARASI DÜZENLEMELER

Tekstil ve Konfeksiyon sektörü ürünleri, üretim teknikleri ve pazara giriş imkanları açısından dünyada standart bir ürün haline gelmiştir. Bu alanda üretimin bulunmadığı ülke yoktur. Üretimin yaygınlaşması ve özellikle de girdi avantajlarına sahip gelişme yolundaki ülkelerin ihracatlarını arttırmaya başlamaları, sektördeki korumacılık eğilimlerini de arttırmıştır.

Uluslar arası tekstil ve konfeksiyon ticareti 1947 yılından itibaren imzalanan GATT (Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması) antlaşması ve daha sonra da Dünya Ticaret Örgütünün düzenlemeleri ile yönlendirilmektedir.

GATT dört temel prensip üzerine inşa edilmiştir.

1. En Çok Kayrılan Ülke Kuralı : Üye ülkelerin ticari partnerleri arasında ayırım yapılmamasını zorunlu kılmaktadır. Bir başka ifade ile, bir üye ülke, herhangi bir ülkeye tanıdığı elverişli bir rejimi koşulsuz olarak tüm üye ülkelere uygulamak zorundadır.
2. Ulusal Muamele Kuralı : Bu kural, iç pazara ilişkin düzenleme ve uygulamalar yönünde ithal ve yerli mallar arasında ayırım yapılmamasını öngörmektedir. Ulusal muamele ilkesi yalnız bir mal, hizmet ve fikri mülkiyet pazara girdikten sonra uygulanır.
3. Gümrük Vergilerinin İndirilerek Konsolide Edilmesi : GATT, öncelikle gümrük tarifelerinin indirilmesi üzerine yoğunlaşmıştır. Her üye ülkenin taviz listesinde yer alan oranlar bağlı oranlar olarak adlandırılmakta ve ülkeler, uygulamada söz konusu oranların üzerine çıkmamaktadırlar.
4. Tarifeler Yolu ile Koruma: Ticarete şeffaflığın sağlanmasının en etkin yolu korumaların tarifeler yolu ile yapılmasıdır. GATT, tarife dışı engellerin bazı istisnalar dışında tümüyle yasaklanmasını, tarifelerinde giderek azaltılmasını öngörmektedir.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> [http://www.igeme.org.tr/tur/sss/Bolum\\_XV.pdf#search=%22GATT%20NED%C4%3F](http://www.igeme.org.tr/tur/sss/Bolum_XV.pdf#search=%22GATT%20NED%C4%3F)

İlk önceleri miktar kısıtlamaları ile (Çok Elyaflılar Antlaşması) başlamış olan uygulamalar, daha sonra dampainge karşı vergi ve telafi edici vergi diye de isimlendirilerek dış ticaret politikası araçları ile de desteklenmiştir.

Tekstil ve konfeksiyon ürünleri dünya ticaretinin serbestleşmesini amaçlayan GATT bir istisna kabul edilerek Çok Elyaflılar Anlaşmasının dışında tutulmuştur. Tekstil ve konfeksiyon ürünleri ile ilgili uluslararası düzenlemeleri iki ayrı dönem altında inceleyeceğiz. Bunlar ; Çok Elyaflılar (MFA) Dönemi ve Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) dönemleridir.

### **2.3.1. Çok Elyaflılar (MFA) Dönemi ( 1974 – 1994)**

Çok Elyaflılar Anlaşmasının 39 üyesi bulunmaktadır. Bunlardan 8'i gelişmiş ülke ve ithalatçı statüsü taşıırken, geri kalan 31 ülke de gelişme yolunda ve ihracatçı bir konuma sahiptir.<sup>46</sup>

Bu dönem, ürünlerin uluslar arası ticaretinin sınırlandırmaya çalışıldığı ve sektördeki korumanın doruk noktasına ulaştığı bir dönem olarak bilinmektedir. Uygulanan miktar kısıtlamaları, gelişmiş ülkelerdeki tüketici fiyatlarını olumsuz yönde etkilemiş ve bu ülkelerin yapmış olduğu harcamaların artmasına sebep olmuştur.

Hammaddenin bol olması ve bu sektörün az sermaye gerektirmesi sebebi ile ucuz ve yeterli işgücüne sahip olan gelişmekte olan ülkeler, sanayileşme sürecinde ilk olarak tekstil ve konfeksiyon üretimine yönelmişlerdir. Gelişmekte olan ülkelerin çok düşük işgücü maliyetleri ile üretim yapmaları, gelişmiş olan ülkelerin üretimini olumsuz yönde etkilemiş ve serbest ticaret ortamında sektörde başarılı olmaları azalmaya başlamıştır.

Çok elyaflılar antlaşması gelişmiş ülkelerde artan işsizliğinde önüne geçmek için bir korunma önlemi şeklinde görülmüştür. Fakat gelişmiş ülkelerdeki işsizliğin tek kaynağının gelişme yolundaki ülkelere yapılan ithalat olmadığı, hem üretimin artması ve

---

<sup>46</sup> Öztürk, H., <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/ocak99/dunya.htm>

hemde modern makineler ile üretim yapılması işsizliği tetiklemiştir. Tekstil ve konfeksiyon sektörü, gelişmiş ithalatçı ülkeler tarafından serbest ticaret konusu olmaktan çıkmıştır.

Bu dönem içerisinde yer alan diğer antlaşmalar ise şöyledir; Kısa Dönem Pamuk Sözleşmesi – 1961 Uzun Dönem Pamuk Sözleşmesi – 1962

Sanayileşmiş AET (Avrupa Ekonomik Topluluğu) ülkelerinin gelişmekte olan ülkeler kaynaklı ithalattaki iç pazarlarını koruma girişimleri sonucunda dokuz gelişmiş ülke (ABD, Avusturya, İsveç, Kanada, Finlandiya, Japonya, Norveç, İsviçre ve AB) ile birlikte içlerinde Türkiye'nin de yer aldığı 31 gelişmekte olan ülkeler arasında 1974 yılında Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA) imzalanmıştır. 20 Aralık 1973 te imzalanan bu anlaşma 1 Ocak 1974 yılında yürürlüğe girmiştir. Sözleşmedeki amaç; gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere yapılan tekstil ve hazır giyim ticaretinin, ilgili ülkelerin karşılıklı anlaşmaları sonucu, gümrük vergileri ve kotalar aracılığı ile sürekli denetim altında tutulmasıdır.<sup>47</sup>

Bu antlaşmanın temelde uluslar arası tekstil ve konfeksiyon ticaretini düzenlemek amacıyla GATT'ın (Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması) himayesi altında oluşturulmuş bir çerçeve anlaşmasıdır. GATT'ın kurallarına istisna olarak bir tekstil ticareti düzenlemesine yönelmenin arkasında yatan nedenler ise şöyle sıralanabilir ;

- Gelişmekte olan ülkelerin artan rekabet karşısında kendi ulusal sanayilerini korunma gereksinimi ,
- Düzenli bir akış sağlamak ve kur sisteminden kaynaklanan riskin azaltılması,
- Modadaki değişimlere üretimin verdiği tepki sonucu ortaya çıkan dalgalanmaları bir anlaşma sayesinde daha öngörülebilir olmasını sağlamak.

Çok elyaflılar antlaşması ilk önce dört yıl için planlanmış bir antlaşmaydı. Gelişmiş ülkelerin isteği üzerine bu antlaşma 1978 ve 1982 yıllarda iki defa daha uzatılmıştır. Dünya ticaretinin daha çok serbestleştirilmesi amacıyla yapılan görüşmeler sonucunda Çok Elyaflılar Anlaşması 1993 yılına kadar uzatılmıştır.

---

<sup>47</sup> Öztürk, H., <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/ocak99/dunya.htm>

### **2.3.2. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Dönemi**

Ulusal ticaretin serbestleşmesini ve düzenli bir işleyişi amaçlayan GATT, kurumsal bir yapıya kavuşturularak 1 Ocak 1995 tarihinde Dünya Ticaret Örgütüne dönüştürülmüştür. DTÖ' ye Nisan 2003 yılı itibariyle 146 devlet, üye bulunmaktadır. DTÖ' nün kurucu ülkeleri arasında yer alan Türkiye, 26 Mart 1995 tarihinde DTÖ üyesi olmuştur.<sup>48</sup>

Bu dönem, dış ticaret politikasını düzenleyen hemen hemen bütün kuralları doğrudan veya dolaylı etkileyen bir dönem olarak bilinmektedir. Uluslar arası kuralları yeniden düzenleyen ve ulusal mevzuatların bu kurallara uyması zorunluluğunu getiren özel anlaşmalar bu dönemin başlangıcında yürürlüğe konulmuştur. Bu dönemde beş tane anlaşma imzalanmıştır. Bunlar: 1) Ticarete Teknik Engeller Anlaşması 2) Menşe Kuralları Anlaşması 3) Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler Anlaşması 4) Anti-Damping Önlemleri Prosedürü 5) Ticaret Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması. Yapılan bu anlaşmaların içeriklerini kısaca tanımlayabiliriz.

#### **2.3.2.1. Ticarete Teknik Engeller Anlaşması**

Ülkeler ithal edilen ürünlerin uygulamakta oldukları zorunlu standartlara uygun olmasını gerekli kılmaktadırlar ve bu tür zorunlu standartlar ve bunların uygulanmasında kullanılan idari yöntemler “teknik mevzuat” olarak adlandırılmaktadır. Teknik mevzuat ülkeler tarafından, söz konusu ürünleri kullanan insanların sağlığını korumak, emniyetini ve çevrenin korunmasını sağlamak ile hileli durumları önlemek için uygulanır.<sup>49</sup>

Bu bağlamda, teknik olaylar belli kurallar şeklinde düzenlenmeli, belirli şartları sağlamalı ve üye olan ülkelere ayrıcalıklar tanınmayacak şekilde oluşturulmalıdır. O ülkenin kendi ürününe uyguladığı muameleyi ithal edilen ürüne de aynı muameleyi yapması istenmektedir. Ürünler arasında farklılık oluşturulmamalıdır.

---

<sup>48</sup> [http://www.igeme.org.tr/tur/sss/Bolum\\_XV.pdf#search=%22GATT%20NED%C4%3F](http://www.igeme.org.tr/tur/sss/Bolum_XV.pdf#search=%22GATT%20NED%C4%3F)

<sup>49</sup> <http://www.foreigntrade.gov.tr/anl/DTO/TEKNIK-ANL.htm>

Bu anlaşma ile ticaret akışının kolaylaştırılması ve gerekli olan teknik düzenlemelerde uyumu sağlamak için üye olan ülkeler birbirlerinin kurallarını tanımaları konusunda teşvik edilmelidirler. Bu anlaşmayı imzalayacak olan ülkeler birbirlerine karşı güven duymak durumundadırlar. İki ülke arasında gerçekleştirilecek olan ticarete, ülkeler kendi aralarında da bir düzenleme yapma hakkına sahiptirler.

### **2.3.2.2. Menşe Kuralları Anlaşması**

Menşe kuralları bir ürünün nerede yapıldığını ortaya koymak amacıyla kullanılan kurallardır. Söz konusu kurallar, ihracatçı ülkeler arasında ayırım yapan kotalar, tercihli rejimler gibi çeşitli uygulamalar nedeniyle önem taşımaktadırlar. Söz konusu Anlaşma, DTÖ üyeleri arasında, tercihli ticaret uygulamaları dışında kalan menşe kurallarının uyumlaştırılmasını amaçlamaktadır. Menşe Kuralları Anlaşmasının hükümleri, DTÖ üyesi ülkelerdeki menşe kurallarının şeffaf olmasını, uluslararası ticaret üzerinde kısıtlayıcı, bozucu, saptırıcı etkilerde bulunmamasını, yeknesak, tarafsız ve makul uygulanmasını ayrıca, pozitif standartlara dayanmasını gerektirmektedir.<sup>50</sup>

### **2.3.2.3. Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler Anlaşması**

Sübvansiyonlar ve telafi edici tedbirler anlaşması, bir kamu kuruluşu (devlet) tarafından firmalara sağlanan finansal avantajlarla ilgilidir. Burada sübvansiyon edilen ürün veya ürünler kuruma bir ticari menfaat sağlamaktadırlar. Telafi edici tedbirler anlaşmasının üç farklı şekli söz konusudur. Kırmızı sübvansiyonlar (yasaklanmış), yeşil sübvansiyonlar (dava edilemez), sarı sübvansiyonlar (dava edilebilir) şeklinde yer almaktadır. Sübvansiyonlardaki amaç, devletin belli bir ürünü veya belli bir sanayi kolunda yer alan sektörün canlanmasını sağlamak için yaptığı maddi yardımlardır. Örneğin ülkemizde pamuk üreticisine her yıl devlet yardımı yapılmaktadır. Devlette bu şekilde pamuğa olan üretimin azalmasını önlemiş olmaktadır.

---

<sup>50</sup> <http://www.foreigntrade.gov.tr/anl/DTO/TEKNIK-ANL.htm>

#### **2.3.2.4. Anti – Damping Önlemleri Prosedürü**

GATT 94’ün VI.Maddesinin Uygulanmasına Dair Anlaşma kapsamında yer alan Anti-Damping Önlemleri Prosedürüne göre bir malın ihraç fiyatının iç piyasa satış fiyatından %5’ten fazla düşük olması ya da ihraç fiyatının üretim maliyetinden düşük olması durumunda uygulanan bir prosedürdür. <sup>51</sup>

Bir malın fiyatının normalden düşük veya diğer bir ifade ile dampingli olması iki kritere bağlanmıştır : 1 ) Malın ihraç fiyatının iç piyasa satış fiyatından düşük olması (%5 marjla) 2) Malın ihraç fiyatının üretim maliyetinden daha düşük olmasıdır.

Anlaşmada, dampingli mal ihracatına karşı önlem alınabilmesi için, yöneldiği ülkede ‘maddi bir zarara’ yol açması ve bu zararlarla dampingli ihracat arasında sebep-sonuç ilişkisinin bulunması gerekmektedir.

#### **2.3.2.5. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması**

Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları (TRIPS) anlaşmasında, uluslararası ticaretteki karmaşıklığı engellemek amacı ile fikri ve sanayi mülkiyet haklarına yönelik belli standartların oluşturulmasını öngören bir anlaşmadır. Bu anlaşma ile taklit mal ticaretinin de önüne geçilmesi amaçlanmıştır. Malların tescil edilmesi ve haklarının korunması düşünülmüştür.

Gelişmiş ülkelere anlaşmadaki hükümlerle kendi yasalarını uyumlu hale getirmek için bir yıllık bir geçiş dönemi tanınmıştır. Söz konusu geçiş dönemi, planlı ekonomiden pazar ekonomisine geçen ve gelişme yolundaki ülkeler için 5 yıl; az gelişmiş ülkeler için 11 yıldır. <sup>52</sup>

Bu anlaşmanın ihlali durumunda ise, zor durumda kalan ülke diğer ülke için belirli yaptırımları gerçekleştirme hakkına sahiptir. Örneğin ihlal konusu malın ticaretten men edilmesi gibi bir düzenleme gerçekleştirilebilir.

---

<sup>51</sup> Mai ve Küreselleşme Karşıtı Çalışma Grubu, <http://www.antimai.org/rp/rpwto4.htm>

<sup>52</sup> <http://www.foreigntrade.gov.tr/anl/DTO/FIKRI-ANL.htm>

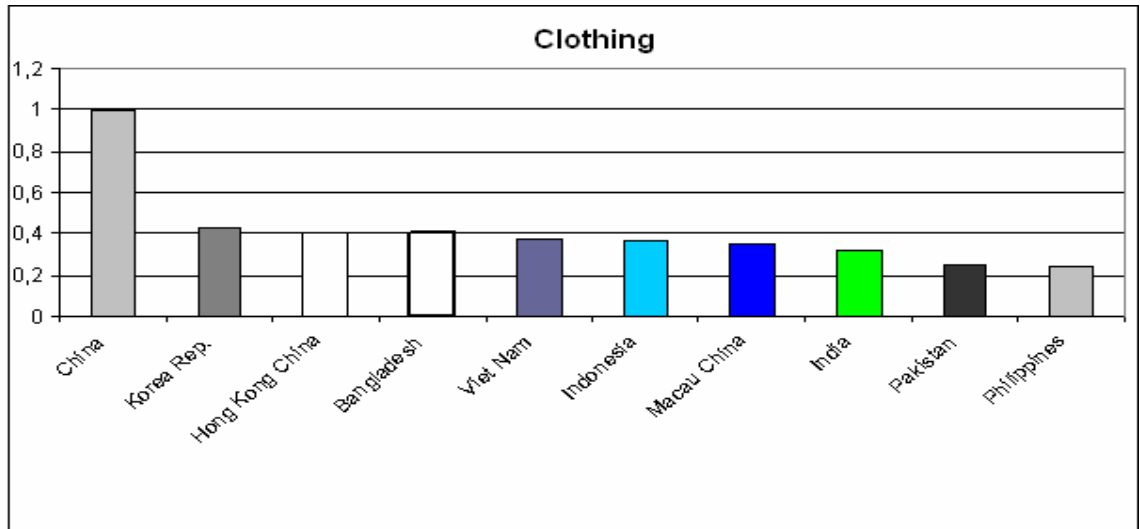


## 2.4. KOTA SERBESTİSİNİN TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Yapılan yorumlara göre, kotaların kalkması ile birçok ülke olumlu veya olumsuz olarak etkilenecektir. Bazı ülkeler yeni, ucuz, tekstil ve hazır giyim ürünlerinin kendi ülkelerine geleceğini ve bunun sonucu olarak kendi yerli endüstrilerini tehdit edeceğinden korkmaktadır. Diğer ülkeler ise kotasız ticaret ortamı nedeniyle yeni ihracat fırsatları yakalayacaklarını ummaktadırlar. Üçüncü grup ülkeler ise, ABD ve AB pazarına giriş imkanlarını kaybedecekleri için yüksek rekabet ile karşılaşacaklarından tedirgin olmaktadır.

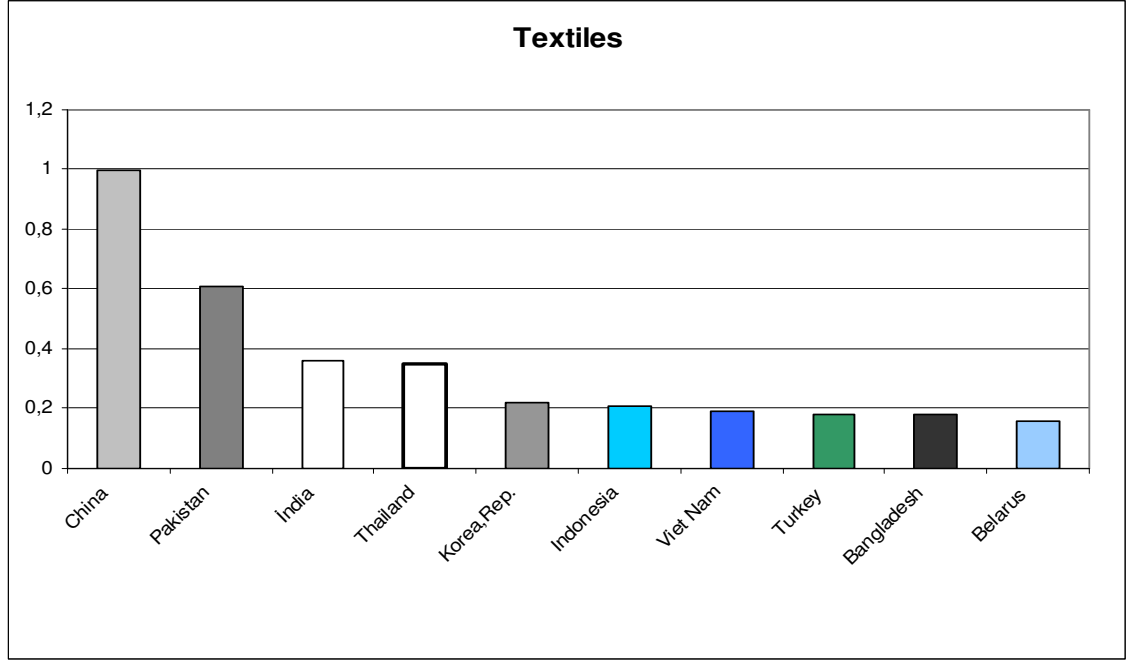
Grafik 2.1 de, ABD, AB ve Kanada tarafından uygulanan ithalat kotalarından en fazla etkilenen ülkeler gösterilmiştir. Kota etkisi, bir ülkenin kotaların gerçekte ne kadarını kullandığını ve her ülkeye ne kadar kota uyguladığını göstermek için hazırlanmıştır. Buradaki verilerden de görüldüğü gibi Çin tekstil ve hazır giyim sektöründeki kotalardan en fazla etkilenen ülke durumundadır.

**Grafik 2.1. : Hazırgiyim kotalarından en fazla etkilenen 10 ülke ,2004 (kota etkisi )**



Kaynak : ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstil ve Hazırgiyim Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu-syf.6

**Grafik 2.2.: Tekstil kotalarından en fazla etkilenen 10 ülke , 2004 (kota etkisi )**



Kaynak : ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstil ve Hazırgiyim Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu-syf.7

Grafik 2.2.'de görüldüğü gibi Çin'in yanı sıra Pakistan, Hindistan ve Tayland'da tekstil kotaları sınırlamasından en fazla etkilenen ülkelerdir. Kotaya maruz kalan diğer ülkeler arasında Türkiye de yer almaktadır. Kotalar, büyük çaplarda ihracat yapabilecek ve bu yüzden de pazara daha fazla hizmet etme potansiyeli olan ülkeler hedef alınmıştır.

Endüstrileşmiş ülkeler, tekstil ve hazır giyimde önemli ihracatçı konumlarını sürdürmektedirler. Almanya, İtalya ve ABD'nin tekstil sektöründeki payları giderek azalmaktadır. Çünkü bu ülkeler katma değeri daha yüksek olan ürünlere yoğunlaşmaktadırlar. Latin Amerika, Güney Afrika ve Avustralya da kendi tekstil ihracat payları düşüş yaşarken, Hindistan'ın ihracat payında bir artış gözlenmektedir. Türkiye ise büyüyen ihracatçı ülkelerden önemli bir konuma sahip oldu. <sup>53</sup>

<sup>53</sup> ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstil ve Hazırgiyim Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu-syf.8

#### 2.4.1. Kota Serbestisinin Tahmini Sonuçları

ILO Sektörel Eylem Programı raporuna göre, kota serbestisinin gerçekleşmesinden sonra tüm çalışmalar ve değerlendirmeler, Çin ve Hindistan'ın Pazar paylarını arttıracığı, AB ve ABD'deki yerel üreticilerin Pazar paylarını azaltacağı yönünde olmaktadır. Çünkü gelişmiş olan ülkelerin maliyet açısından Çin ve Hindistan gibi ülkelerle rekabet avantajı her geçen gün azalmıştır.

ILO Sektörel Eylem Programı raporuna göre, ATC ( Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması) sonrasında Çin'in toplam tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı %30-50 arasında değişmektedir. Çin'in kota serbestisinden en fazla kazançlı çıkacak ülke olarak değerlendirilmesinin nedeni, kota sisteminden en fazla zarar gören ülke olmasındandır. Çin, yüksek ticari engeller ile karşı karşıya kalmış bir ülke konumundadır. Ayrıca, bunun yanında Çin, daha fazla katma değer üreten endüstrilere yönelmektedir. Bu süreçte Çin üretim merkezi olarak gelişmemekte aynı zamanda dünya ihracatının yanında, kendi üretiminin büyük bir bölümünü tüketen önemli bir tüketim pazar olarak ta büyümektedir.

AB tekstil ve konfeksiyon sektörü, kota uygulamasına son verilecek kategorilerde sadece katma değeri yüksek orta-üst sınıf ürünlerde iddialı olup, ucuz alt-orta sınıf ürünler, bugün için de ithalat ve kısmen de hariçte işleme ticareti yolu ile temin edilmektedir. Bu nedenle kotaların kalkması AB tekstil ve konfeksiyon sektörünü fazla etkilemeyecektir.<sup>54</sup>

ILO Sektörel Eylem Programı raporuna göre , Hindistan da ihracat, kotalarla ve yerel düzenlemelerle engellenmektedir. Ayrıca Hindistan, kendi tekstil ve hazır giyim sektörünü modernize etmek zorundadır. Modernizasyon kaçınılmaz olarak şuanda kullanılmakta olan eski teknolojilerin yerine sermaye yoğun yeni teknolojilerin getirilmesine yol açacaktır. Bu nedenle kota serbestisini takip eden 3-5 yıl içerisinde, tekstil ve hazır giyim endüstrisindeki toplam istihdam sektörün kayıt dışı bölümleri de dahil olarak, üretim ve ihracat yine de yıllık olarak %10-15 oranında artacaktır. Her durumda Hindistan'ın ihracatının reformlar olmasa bile önemli ölçüde artacağı

---

<sup>54</sup>Tarakçioğlu, I., "AB Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayini Harcıyor mu?", <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi>

beklenmektedir. Hindistan, Çin'in korunma önlemleri nedeniyle kaybedeceği pazar payının bir kısmını kapabilmek için faaliyetlerini sürdürmek zorundadır.

Bangladeş, hazır giyim sektöründe istihdam yaratması sorunuyla ve ihracat konusunda kendi ülkesindeki yerel düzenleme engelleri ile uğraşmaktadır. Alt yapılarının zayıf olması, limanlarının az olması, elektrik kesintilerinin fazla olması, aşırı bürokratik engeller, yüksek iletişim maliyetlerinin olması Bangladeş'in gerçek potansiyelini ortaya çıkarma konusunda engellemektedir. ABD pazarındaki payını 2005 yılı itibariyle arttırmış bulunmaktadır.<sup>55</sup>

Türkiye, Romanya, Tunus, Fas gibi tekstil ve hazır giyim ihracatçıları kısa dönemde pazar paylarını Çin ve Hindistan'a kaptıracaklardır. Fakat bu kısa süreli bir dalgalanmaya sebep olacaktır. Ayrıca, teslim süresi, tasarım ve pazarlamayı da hesaba katarsak bu ülkelerden AB ve ABD'ye ihracatın kısa bir durgunluk sonrasında devam edeceğini söyleyebiliriz. Kalite unsurunun önemli olmadığı durumlarda Çin ve Hindistan pazarda önemli bir konumda olacaklardır.<sup>56</sup>

Sonuç olarak bütün bu çalışmalar, en fazla AB ve ABD içerisindeki yerel üreticilerin pazar paylarında kayıplar yaşayacaklarını ortaya koymaktadır. Bunlar Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA)'ndan en fazla yarar sağlayanlardır ve dolayısı ile de kota serbestisinin başlıca kaybedenleri olacaklardır. Son 10 yıldır kota ve tarife korumalarına rağmen tekstil ve hazır giyim sektöründe negatif yönlü bir gelişme kaydedilmiştir. İş kayıpları ve iş yeri kapanmalarının kota serbestisi sonrasında artacağı beklenmektedir. Yine de belli bir süre sonra bu durumun dengeye geleceği ve moda pazarında ve de tekstil endüstrisinin orta-ileri teknoloji bölümünde kendine küçük bir yer edinmiş yenilikçi üreticiler için hala bir yer olacağı beklenmektedir.<sup>57</sup>

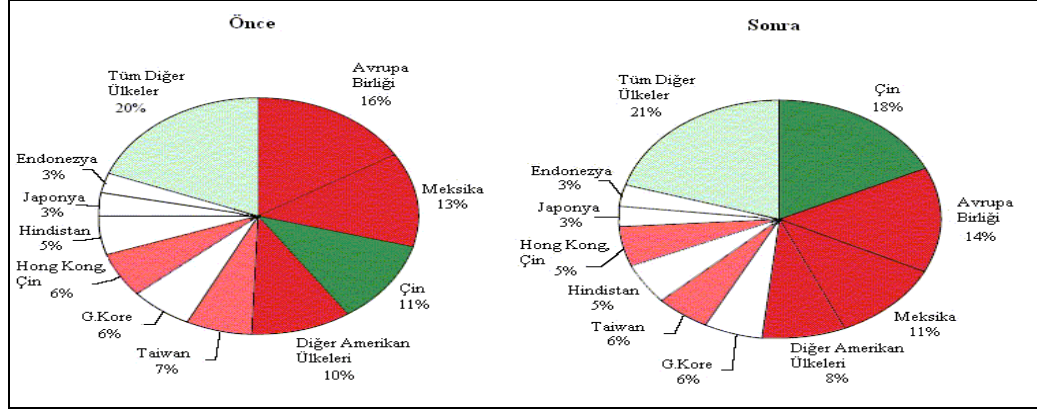
---

<sup>55</sup> ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstl ve Hazırgiyim Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu-syf.13

<sup>56</sup> Tarakçioğlu. I., AB Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayini Harcıyor mu ?, <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi>

<sup>57</sup> ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstl ve Hazırgiyim Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu-syf.64

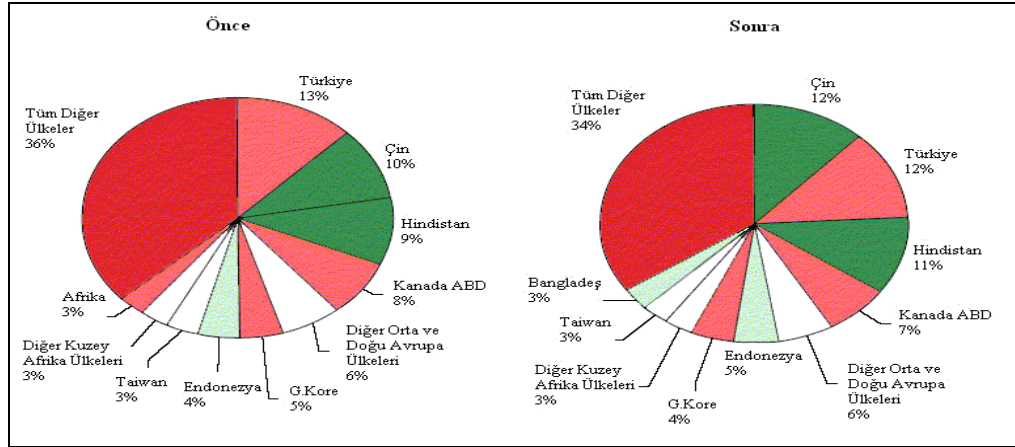
**Şekil 2.1: Kotalar varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) AB ve ABD/Kanada'nın tekstil ve hazır giyim iç tüketimi içerisinde ithalatın payı ABD/Kanada AB**



Kaynak : <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/kasim/arastirma/html>

Şekil 2.1 incelendiğinde, kotalar kalktığına ABD'nin tekstil ithalatı içerisinde Çin'in % 11 olan payının % 18'e çıkacağı; buna karşılık AB, Meksika ve Diğer Amerikan Ülkelerinin paylarının 2'şer puan düşeceği görülmektedir.

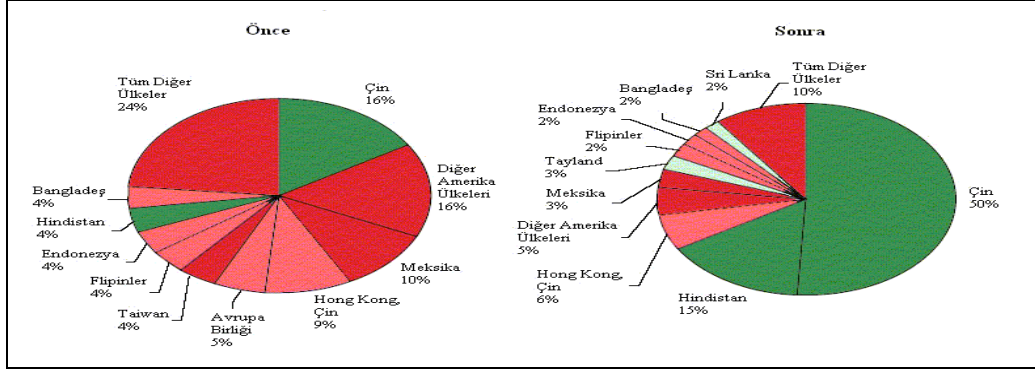
**Şekil 2.2. : Büyük tedarikçilerin, kotalar varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) ABD/Kanada'nın tekstil ithalatı içerisindeki payları**



Kaynak : <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/kasim/arastirma/html>

Şekil 2.2 incelendiğinde, kotalar kalktığına AB'nin tekstil ithalatı içerisinde Çin, Endonezya ve Bangladeş'in payları artarken; Türkiye, ABD ve G.Kore'nin paylarının düşecekleri görülmektedir.

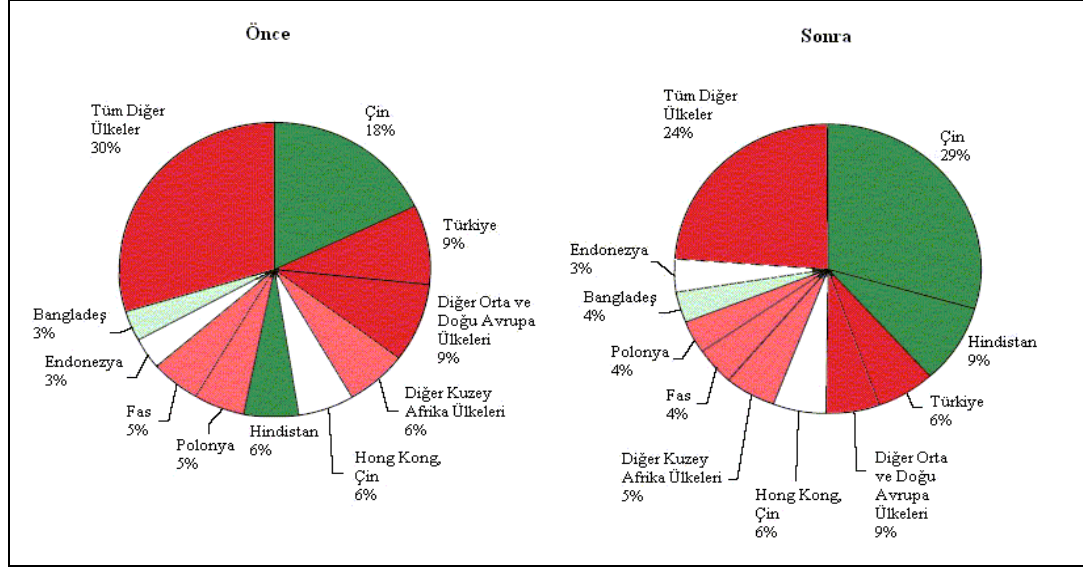
**Şekil 2.3. : Büyük tedarikçilerin, kotalar varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) AB'nin tekstil ithalatı içerisindeki payları**



Kaynak : <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/kasim/arastirma/html>

Şekil 2.3 incelendiğinde, kotaların kaldırılmasının, Çin'in haksız ticaret uygulamaları olmasa da, en büyük etkiyi göstereceği pazarın ABD hazır giyim pazarı olduğu görülmektedir. Bu Dünya'nın en büyük hazır giyim pazarında kotalar kalkmadan önce Çin'in % 16 olan payı % 50'ye, Hindistan'ın % 4 olan payı da % 15'e çıkacaktır. Bu iki ülke ile Tayland ve Sri Lanka dışında ise herkes kaybedecektir. AB 15'in hazır giyim ithalatı içerisinde Çin'in % 18 olan payı, kotaların kaldırılmasından sonra % 29'a çıkacaktır. Kotaların kaldırılmasından Çin'in yanında kârlı çıkacak diğer iki ülke Hindistan ve Bangladeş'tir. Geri kalan ülkeler ise, başta Türkiye olmak üzere olumsuz etkileneceklerdir.

**Şekil 2.4.: Büyük tedarikçilerin, kotalar varken (önce) ve kaldırıldığında (sonra) ABD/Kanada'nın hazır giyim ithalatı içerisindeki payları**



Kaynak : <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/kasim/arastirma/html>

Şekil 2.4 incelendiğinde AB 15'in hazır giyim ithalatı içerisinde Çin'in % 18 olan payı, kotaların kaldırılmasından sonra % 29'a çıkacaktır. Kotaların kaldırılmasından Çin'in yanında kârlı çıkacak diğer iki ülke Hindistan ve Bangladeş'tir. Geri kalan ülkeler ise, başta Türkiye olmak üzere olumsuz etkilenecektir.

DTÖ'nün son olarak hazırlattığı, bu Çin'in haksız ticaret uygulamalarını göz önüne almayan raporuna göre bile, kotaların kaldırılmasından en olumsuz etkilenecek ülkelerin başında Meksika, diğer Amerikan ülkeleri ve Türkiye gelmektedir. Türkiye 10 milyar \$'ı geçen hazır giyim ihracatının % 70 kadarını AB'ye yapmaktadır ve kotaların kalkmasından sonra bu en önemli ihracat pazarındaki payı % 9'dan % 6'ya düşerek % 33'lük bir küçülme gösterecektir. Bana göre ise, Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün yaşayacağı zarar bunun da çok üstünde olacaktır. Zira Çin 2001 yılı başında liberalize edilen kategorilerde korkunç bir haksız ticaret uygulamıştır ve ekonomisi müsaade ettiği, gücü yettiği sürece 2005 yılbaşında liberalize edilecek kategorilerde de aynı uygulamayı sürdürecektir.

Çin'in 2002 yılıbaşında liberalize edilen kategorilerde ihracat birim fiyatlarını % 75'e kadar çıkabilen oranlarda kırarak, ihracatını % 360'a kadar çıkabilen oranlarda artmıştır.<sup>58</sup>

Gittikçe zenginleşen 2,5 milyarlık nüfusu ile Çin ve Hindistan, AB ülkeleri için son derece cazip ve önemli pazarlardır. AB, bu pazarlara girebilmesinin kolaylaşması için her türlü tavizi vermeye hazırdır. Verilecek tavizler, AB tekstil sektöründen ziyade, başta Türkiye olmak üzere, AB ile ticarete özel statüye sahip ülkeler tekstil ve konfeksiyon sektörlerini ilgilendirirken, bu tavizlerin karşılığı olarak 2,5 milyar nüfuslu büyüyen Çin ve Hindistan pazarına girişin kolaylaşmasının meyvelerini toplayacak olanlar ise, sadece AB tekstil ve konfeksiyon sanayileridir. Türkiye veya diğer özel statülü ülkelerin Çin'e satabilecekleri pek fazla moda ve marka ve teknik tekstil ürünleri yoktur.

---

<sup>58</sup> Tarakçioğlu, I., <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/kasim/arastirma/html>



### 3. BÖLÜM

#### 3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN SWOT ANALİZİ

##### 3.1. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN GÜÇLÜ YÖNLERİ

###### 3.1.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Genel Görünümü

Türk tekstil ve konfeksiyon (T/K) sektörü Türk ekonomisinin en önemli sektörlerinden birisi ve 1980'lerden beri de ekonominin lokomotifidir. Bu sektör GSYH'nın %10'unu ve sanayi üretiminin %21'ini, ayrıca sanayideki istihdamın %25'ini ve Türkiye'nin toplam ihracat gelirinin %35'ini sağlamaktadır.<sup>59</sup>

AB ile Gümrük Birliği anlaşması olan Türkiye'nin (AB ithalat kotalarının uygulanması dahil) kotalar kaldırıldığında Uzak Doğulu rakiplerle hem kendi iç pazarında hem de asıl ihracat pazarı olan AB içinde yoğun bir rekabetle karşılaşacağı beklenmektedir. AB üzerindeki bu yoğunlaşma, Türkiye'yi bu pazardaki her türlü değişiklikten kolay etkilenebilir bir duruma sokmuştur. Rekabetin çok güçlü yaşanacağı beklenmektedir. Çünkü Türkiye'nin konfeksiyon sektörü büyük oranda, yakın gelecekte kota sınırlamaları kalkacak olan Hindistan, Pakistan, Çin gibi rakiplerin de ihracatlarının büyük bir kısmını oluşturan pamuğa dayanmaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin konfeksiyon ve ev tekstilindeki birçok ana ürünü kotalarla sınırlandırılmış ve ürünlerinin birçoğu çoğunlukla kotalarla sınırlandırılmış tedarikçilerin ürünleriyle benzer kalite sınıftaki ürünlerdir.

Türkiye'de sadece T/K sektöründe birçok yapısal problemin değil ATC (Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması) liberalleşmesinin de gelecekte AB'ye yapılacak olan ihracatı olumsuz şekilde etkileyeceği beklenmektedir. Fakat sektörün bu önemine rağmen hükümet tarafından sektörün kotasız döneme uyumunu amaçlayan özel bir tekstil programının öngörülmemesi de dikkat çekicidir.

---

<sup>59</sup> <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2005/subat/arastirma.html>

Türk T/K sektörü için önemli sorunlardan birisi de, çoğu genelde anlaşma bazında olan standart kalitedeki üretimden orijinal dizaynly imalata ve sonunda da orijinal markalı imalata geçmek olacaktır. Türkiye, Türk yapımı ( Made in Turkey) markası ve dizayn üretici bir ülke konumuna gelebilmek için gerekli olan tamamlanmış tekstil zinciri ve başta pamuk olmak üzere hammaddeye kolay ulaşım gibi unsurlara sahip olmasına rağmen, acilen üretim kapasitesini ve ürün kalitesini artırmak zorundadır. Fakat ABD ve İtalya gibi ülkelerdeki firmalarla rekabet edebilmek için markaya ve imaja yatırım yapmak masraflı olmakla birlikte sadece sınırlı sayıdaki büyük firmalar için mümkündür. Diğer firmalar onun yerine sürekli olarak modern üretim fabrikalarına yatırım yapmaya, küçük miktarlarda ve tam zamanında dağıtım yapabilme yeteneklerini geliştirmeye çalışırken daha iyi kalitede standart ürün üretimine yoğunlaşmak durumundadırlar.

Hızlı bir şekilde değişen moda dalgalanmaları açısından Türkiye'deki T/K şirketlerinin dikkat çeken önemli avantajlarından birisi de AB'ye olan coğrafi yakınlıktır. Güçlü girişimci ruhu ve büyük veya küçük siparişlere hızlı bir şekilde cevap verebilme yeteneğinin yanı sıra tüketiciye iyi hizmet sağlayabilme deneyimleri birleştiğinde bu özellik Türk T/K şirketlerine Uzak Doğulu rakiplere karşı önemli bir rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Ek olarak bu şirketler genç ve motive edilmiş işgücünden, tamamlanmış tekstil zincirinden ve iç piyasada geniş hammadde üretim üslerinden yararlanabilmektedirler.

Birçok avantajlardan tam olarak yararlanabilmek için Türk firmaları bazı yetersizliklerinin üstesinden gelmek zorunda kalacaklardır. Yüksek katma değerli ürünlere, kendi dizayn ve markalara yönelmenin yanı sıra, AB pazarına olan sıkı bağlılığını azaltmak için sektör, ürün yelpazesini çeşitlendirmek, fazla kapasiteyi azaltmak, pamuk ipliği ve dokuma için modern makinelere (özellikle eğirme ve dokuma) yatırım yapmak, boyama ve bitirme fabrikalarını modernize etmek ve ihracat pazarını çeşitlendirerek kendini geliştirmelidir. Genel olarak Türkiye'de çok sayıda KOBİ bulunması, yatırım finansmanı kıtlığı yaşanması, Türkiye'ye çok az oranda FDI (Doğrudan Yabancı Yatırım) gelmesi ve ekonomik koşulların oldukça zor olmasından dolayı, yatırımların son zamanlarda artmasına rağmen ATC kota kaldırımı nedeniyle T/K sektörü için gerekli olan yeniden yapılanma zamanında gerçekleşmeyecek gibi görünmektedir. Bu açıdan bir çok

gözlemci Türkiye ihracatının, özellikle ev tekstili ve hazır giyim (örme ve yünlü) sektörlerinde, AB pazarı içindeki payının azalacağını düşünmektedirler.

### **3.1.1.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Ana Özellikleri**

T/K sektörü, istihdamın ve ihracatın büyük bir kısmını sağlanması açısından büyük bir önem arz ettiği için, ATC kota kaldırımı Türkiye için büyük bir önem arz etmekte ve sosyal ve politik bir konu haline gelmektedir. 2005'te daha ileri seviyedeki liberalleşme kamu ve özel aktörler üzerinde varolan karışık duyguların da kaynağıdır. Sadece birçok gözlemci yeni ihracat fırsatları görebilmekteyken, çoğunluk ucuz mallardan gelecek yoğun fiyat rekabetine direnemeyecek olan ürünlerde Türkiye'de varolan güvenin ışığında bu kritik sorunla yüzleşmek için sektörün hazırlığının yetersiz olduğu konusunda derin bir kaygı taşımaktadır. Birçok uzman ve şirket temsilcisi Çin'den Türkiye'ye akacak olan ucuz ithalattan ve başta AB içinde olmak üzere Türkiye'nin dünya genelindeki pazar payında azalma olmasından endişelenmektedir. Bu endişe aynı zamanda AB ile Gümrük Birliği'nden dolayı ortaya çıkan, ihracattaki yüksek artış beklentilerinin gerçekleşmemesinden dolayı endüstri içindeki genel hayal kırıklığından da kaynaklanmaktadır.<sup>60</sup>

Bugün Türkiye'de 40,000 firma tekstil ve konfeksiyon sektöründe faaliyette bulunmaktadır. Bu işletmelerin yüzde 90'ından fazlasını KOBİ'ler oluşturuyor ve bu firmalar fason üretimde bulunmaktadırlar. Konfeksiyon sektöründeki işletmelerin tamamına yakını KOBİ'ler oluştururken, tekstil sektörü ağırlıklı olarak büyük ölçekli firmaların elinde bulunmaktadır. Faaliyette bulunan 40,000 firmanın yüzde 25'i aktif ihracatçı ve sektör, genel ihracatımızın yüzde 37'sini oluşturuyor.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Geçici Rapor1, "2005 T/G Liberalleşmesi", IMF ve Ortakları, Eylül 2003

<sup>61</sup> Türk Tekstil Sektörün Yapısı, <http://www.kobifinans.com.tr/sector/011502/1119>

### 3.1.1.2. Alt Sektörlerin Durumu

Büyük bir altyapı ve sulama projesi olan Güney Doğu Anadolu Projesi (GAP) projesi nedeniyle Türkiye’de artmaya başlayan pamuk üretiminin gelecek yıllarda iki katına çıkması beklenmektedir. GAP’ın ülkenin rekabet avantajını pamukta güçlendireceği beklenmektedir. Fakat, büyük miktarlardaki yerli üretime rağmen, tekstil ve konfeksiyon sektörü ihtiyacını karşılamak için her yıl yüksek miktarlarda pamuk ithal etmektedir. Şu anki üretim ihtiyacı için pamuk iyi kalitede olarak değerlendirilse de gelecekte tekstil ve hazır giyim üreticileri yüksek katma değerli ürünler üretecekleri için Türkiye’nin pamuk üretimi ayrıca geliştirilmek zorundadır.

Eğirme sanayisi, eğirilmiş iplikte Dünya’nın altıncı büyük üreticisi ve Asya dışında Rusya ve Brezilya’dan sonra üçüncü olan Türkiye için önemli bir sektördür. Ayrıca Türkiye pamuk ipliği üretim kapasitesi açısından Dünya’nın en büyük ülkelerinden birisidir. Yaklaşık olarak 275 şirket pamuk ipliği üretimiyle uğraşmaktadır.(%30 ring iplik, %45 open-end, %25 ring ve open-end). Pamuk ipliği sektörü büyük üretim kapasitesi ve yüksek kalitesi nedeniyle Türkiye’nin önemli güçlerinden birisidir. Fakat 1996 yılından bu yana Gümrük Birliği’nden kaynaklanan avantajların yanlış yorumlanması nedeniyle sektörde verimliliği düşük, borç geri ödemesi zorlukları olan %60-65 civarında kapasite kullanımına yol açan yeni open-end iplik ve ring iplik fabrikaları kurulmuştur. <sup>62</sup>

Yerli pamuk üretimi nedeniyle pamuğa dayalı dokuma sanayisi sektörün büyük bir kısmını oluşturur. Dokuma pamuk ipliği üretimi 2002 yılında yaklaşık olarak 1.7 milyar metreye ulaşmış ve pamuklu dokuma sektörü dünya kapasitesinin %2.5’ini oluşturmuştur. Dokuma sektörü iki bölümden oluşur. Birincisi elyaf işleminden eğirme, dokuma ve boyama, baskı ve bitirme işlemlerinin her aşamasında dikey olarak entegre edilmiş büyük firmalardan oluşur. Birçok firma hazır giyim ve ev tekstili ürünleri üretirler. En büyük 41 firma dokuma pamuktan kumaş üretimi sektöründe belirleyici ve tüm üretim kapasitesinin % 55’ine sahiptir. İkinci bölüm ise çoğunlukla entegre olmamış küçük firmalardan

---

<sup>62</sup> AB-Gümrük Birliği’nin Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayine Etkisi,

<http://www.tekstilisveren.org.tr/turkce/yayinlar>

oluşmaktadır. Bu şirketler T/K sektörünün önemli alt sektörlerinden birisi olan Türkiye bitirme fabrikaları ile işbirliği yapmaktadırlar.<sup>63</sup>

Türk dokuması, el yapımı elyafa dayanan iyi gelişmiş bir sektör durumdadır. Dünya'daki en büyük altıncı sentetik kumaş kapasitesine sahip olan Türkiye %100 polyester ve polyester blends (pamuk, viskon, naylon, polyamid, yün, linen) ve/veya multi-blends'e dayanan büyük bir sentetik kumaş üreticisidir. Şirketlerin %62'si bitirme fabrikalarına sahiptir ve hammadde ihtiyaçlarının %75'i iç üretimce karşılanmaktadır. Sentetik kumaş ihracatı içinde ana ürün sentetik filament iplikten dokuma kumaş (146.8 milyon ABD \$ 2001) ve sentetik staple elyaftan dokuma kumaştır.(195.3 milyon ABD\$)<sup>64</sup>

Uluslararası pazarda Türkiye kumaşının çoğu kendi ticari markalarıyla tanınır. Bunlar, Aksu, Güney, Altın yıldız, Yünsa, İpeker, Deba, İpeki'dir. Ayrıca son yıllarda teknik tekstilin hem üretimi hem de ihracatı aşamalı olarak gelişmiştir. Türk üreticisi çevreyle dost ürünlere ve üretim işlemine yönelmeye çabalamaktadır.

Konfeksiyon sektörü (örme ve dokuma) Tablo 3.1'de de görüldüğü gibi 2005 yılı toplam ihracatın 13.4 milyar ABD \$ değerindeki kısmını oluşturmaktadır. Bu endüstri yerli hammaddeden ve kumaş üretiminden yararlanmakla birlikte AR&GE kapasitesini, dizaynını ve makinelerini modernleştirerek katma değeri daha yüksek ürünlere yönelmektedir. Hazır giyim sektörün gücü esnek ve zamanında dağıtım konusunda rekabet edebilir yapısının yanı sıra iyi kalitedeki ürünlerde yatarken, sektörün zayıflıklarından birisi de oldukça yüksek ücret oranları ve yüksek elektrik maliyetleridir.

Hazır giyim sektörü ve bir bütün olarak T/K sektörü içerisinde örme giysi ihracatın en büyük konusudur. Yerli pamuk üretimi kaliteli hammadde sağlamak ve ürünler sektörün diğer kısımlındakilerden daha kaliteli olmaktadır. Alıcılar esnek üretim metotlarından memnun kalırlarken örme giysi üreticileri iyi eğitilmiş işgücünden faydalanmaktadırlar.

---

<sup>63</sup> AB-Gümrük Birliği'nin Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayine Etkisi,

<http://www.tekstilisveren.org.tr/turkce/yayinlar>

<sup>64</sup> Geçici Rapor1, "2005 T/G Liberalleşmesi", IMF ve Ortakları, Eylül 2003 s. 8.

### 3.1.1.3. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Yapısı

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün toplam sanayi üretimindeki payı yaklaşık olarak %9.5, toplam ihracattaki payı ise % 28’ler civarındadır. Türk ekonomisi içerisinde, dış ticaretteki payının 1998 yılında % 39 iken 2005 yılındaki dış ticaret payı %26’lar seviyesine kadar gerilemiştir. Dış ticarete yönelik gelişme gösteren sektörün, rekabet üstünlüğüne sahip olması, ülke içindeki mevcut yapılanma, ekonomik durum ve sektöre yönelik olarak yapılacak yeni düzenlemelerle seviyesini daha da yükselteceği öngörülmektedir. Tekstil sektörü, dış ticaretteki potansiyelinin yanı sıra, tüketim malları üretiminden aldığı %26’lık pay ve toplam imalat sanayi çalışanlarının yaklaşık olarak %20’sine sağladığı istihdam olanağı ile ülke içerisinde önemli bir konuma sahiptir.<sup>65</sup>

Türk tekstil ve konfeksiyon üretiminin toplam sanayi üretimi içerisindeki payı, AB ülkelerinin toplam sanayi üretimleri içerisindeki tekstil ve konfeksiyon üretimi oranlarından daha yüksektir. Sektörün rekabet gücünün, sektöre yönelik mali politikalar, yatırım ve finansman politikaları, araştırma ve geliştirme politikaları ile alt yapı yatırımları, ithalat ve ihracat birlikleri sağlıklı ve koordineli bir şekilde yürütüldüğü zaman daha da iyi bir konuma ulaşacaktır. Ulusal ve uluslar arası pazarda önemli bir yere sahip olan sektörün rekabet yapısını belirleyen temel göstergeler arasında; maliyetler, kullanılan teknoloji, makine ekipmanlarının niteliği, iş gücünün kalifiye olması, üretim kalitesi, yasal ve bürokratik uygulamalarının getirdiği koşullar ve pazarlama olanaklarını sıralayabiliriz.

---

<sup>65</sup> Aras, G.,2006, “Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği”, Mart Matbaası, İstanbul, s.93

**Tablo 3.1. Türkiye Konfeksiyon İhracatı (2005)**

	2003		2004		2005		2005'TE 2004'E	2005'TE 2004'E
	YILLIK		YILLIK		YILLIK		GÖRE	GÖRE
							DEĞİŞ. %	DEĞİŞ. %
	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	82,110,784	3,400,317,538	82,293,795	3,569,491,329	86,906,135	3,571,306,440	5.6	0.1
FRANSA	30,540,926	850,669,580	29,936,234	931,179,296	31,417,794	995,420,662	4.9	6.9
İTALYA	19,683,216	308,126,583	22,980,955	437,269,144	22,244,949	557,687,048	-3.2	27.5
BELÇİKA	9,596,503	255,759,305	9,162,062	265,999,347	8,005,165	234,115,178	-12.6	-12.0
LÜKSEMBURG	676,820	2,566,500	581,061	2,843,528	502,393	2,229,775	-13.5	-21.6
HOLLANDA	17,368,926	658,091,070	15,844,552	758,965,804	19,344,685	884,205,069	22.1	16.5
İNGİLTERE	35,224,551	1,640,748,206	39,281,805	1,972,202,250	37,348,159	2,203,299,831	-4.9	11.7
İRLANDA	1,222,163	70,376,105	1,789,704	84,815,694	2,101,389	78,046,011	17.4	-8.0
DANİMARKA	4,725,033	284,341,510	4,036,536	340,780,656	4,253,247	371,132,440	5.4	8.9
YUNANİSTAN	4,847,219	61,641,426	5,186,705	93,255,297	4,522,861	126,808,393	-12.8	36.0
İSPANYA	21,073,114	269,652,919	22,714,081	429,656,017	22,827,485	542,188,625	0.5	26.2
AVUSTURYA	3,018,568	120,089,315	3,298,129	106,106,016	5,138,097	129,441,673	55.8	22.0
FİNLANDIYA	1,278,642	30,028,088	1,302,258	32,456,371	1,399,578	41,903,051	7.5	29.1
İSVEÇ	5,826,429	200,033,226	6,692,146	216,435,370	7,059,697	236,862,282	5.5	9.4
<b>AB (15) TOPLAMI</b>	<b>237,845,899</b>	<b>8,158,435,085</b>	246,227,782	9,249,633,677	254,101,490	9,983,325,147	<b>3.2</b>	<b>7.9</b>
MALTA	20,296	724,892	44,110	1,525,499	30,207	2,344,426	-31.5	53.7
ESTONYA	48,765	1,649,530	101,384	3,050,084	88,446	4,810,534	-12.8	57.7
LETONYA	33,052	1,564,319	14,827	2,021,676	56,489	5,453,622	281.0	169.8
LİTVANYA	63,163	3,806,700	71,484	5,336,753	107,425	9,557,970	50.3	79.1
POLONYA	1,898,723	46,040,074	2,278,495	42,153,501	2,820,136	46,737,401	23.8	10.9
ÇEK CUMHURİYETİ	614,257	24,112,637	517,366	29,495,709	539,753	54,393,365	4.3	84.4
SLOVAK CUMHURİYETİ	241,375	4,313,914	220,269	3,944,886	283,512	6,388,104	28.7	61.9
MACARİSTAN	1,525,045	15,767,215	1,032,982	21,529,301	1,184,002	23,798,864	14.6	10.5
SLOVENYA	275,971	12,586,635	261,954	15,572,972	286,482	18,402,587	9.4	18.2
<b>YENİ AB TOPLAMI</b>	<b>4,720,647</b>	<b>110,565,916</b>	<b>4,542,871</b>	<b>124,630,381</b>	5,396,452	171,886,873	<b>18.8</b>	<b>37.9</b>
<b>AB (25) TOPLAMI</b>	<b>242,566,546</b>	<b>8,269,001,001</b>	<b>250,770,653</b>	<b>9,374,264,058</b>	259,497,942	10,155,212,020	<b>3.5</b>	<b>8.3</b>
ABD	61,797,313	1,542,453,475	64,761,181	1,523,185,768	58,395,680	1,267,903,409	-9.8	-16.8
KANADA	2,277,939	64,694,235	2,493,398	74,907,241	2,260,469	74,255,962	-9.3	-0.9
RUSYA FEDERASYONU	7,387,016	111,246,285	7,248,462	145,731,170	8,466,127	165,088,712	16.8	13.3
İSVİÇRE	2,624,013	97,484,938	2,856,641	110,868,120	2,998,284	124,799,160	5.0	12.6
<b>EFTA TOPLAMI</b>	<b>4,655,612</b>	<b>154,287,846</b>	<b>5,213,820</b>	<b>173,320,990</b>	5,416,616	195,294,248	<b>3.9</b>	<b>12.7</b>
<b>TÜRKİYE TOP.KONF. İHR.</b>	<b>382,003,458</b>	<b>11,178,369,997</b>	<b>397,987,564</b>	<b>12,652,586,895</b>	404,266,113	13,414,945,761	<b>1.6</b>	<b>6.0</b>
<b>TÜRKİYE GENEL İHRACAT</b>		47,252,836,000		63,167,153,000		73,122,150,000		15.8
<b>KONF'UN GENEL PAYI %</b>		<b>23.7</b>		<b>20.0</b>		18.3		-8.4

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr/ead/SEKTOR/sector.htm>

#### 3.1.1.4. Türkiye Konfeksiyon İhracatı

Tablo 3.1'ten son 3 yılın konfeksiyon ihracatı rakamlarına baktığımızda, en yüksek değeri 3,57 milyar \$ (dolar) ile Almanya'nın oluşturduğunu görmekteyiz. Onu takip eden ülkeler, 2,20 milyar \$ (dolar) ile İngiltere, 1,26 milyar \$ (dolar) ile ABD, 995 milyon \$ (dolar) ile Fransa ve 884 milyon \$ (dolar) ile Hollanda'dır.

Konfeksiyon ihracatının tekstil ihracatına göre çok daha iyi bir durumda olduğu açıkça görülmektedir. Türkiye'nin toplam konfeksiyon ihracatı 13,4 milyar \$ (dolar)'dır. Bu rakamın 9,98 milyar \$ (dolar)'lık kısmını Avrupa Birliği içerisindeki 15 ülke karşılamaktadır. Bu 15 AB ülkesi içerisinde sadece Belçika'nın 2005 yılı ihracatında ciddi bir azalma yaşanmıştır. Öteki ülkelerde ise negatif bir değişim olmamıştır. Buda bizlere AB ülkelerinin Türkiye'yi kolay kolay bırakmayacaklarını göstermektedir.

İlk 4 içerisinde bulunan ülkelerin konfeksiyon ihracat oranları her yıl, bir önceki yıla göre artış seyri izlerken ABD'nin ihracat miktarlarında ciddi anlamda azalmalar gözlenmektedir. Bu da bizlere ABD'nin, konfeksiyon ihracatında Asya ülkelerine kaydığını göstermektedir. ABD gibi çok büyük bir pazarın zamanla kaybedilmesinin en büyük nedeni, ABD'deki yatırımcıların, yatırımlarını yavaş yavaş Asya ülkelerine kaydırarak maliyetleri minimum seviyede tutmasıdır. Türkiye'nin konfeksiyon sektöründe en büyük avantajı, AB ülkelerine yakın olması, kaliteli hammadde ve iş güce sahip olması ve de oturmuş bir işleyişinin olmasıdır. Ayrıca kotaların kalkmasına rağmen, bir çok tekstil ürününde Çin tehlikesine karşı korunma tedbirleri halen devam etmektedir.

İlerleyen dönemlerde Türkiye konfeksiyon ihracatı rakamlarında yavaş yavaş azalmalar olacaktır. Çünkü Asya ülkelerindeki işgücü maliyetleri çok düşük seviyelerdedir. Türk Konfeksiyon sektörü kendini yenilemez ise, kendi markalarını yaratamaz ise, farklı ürün çeşitliliğine gitmez ise, modayı yakından takip etmez ise öteki ülkeler gibi sıradan olup zamanla kaybolup gidecektir. Türkiye'nin bu saatten sonra rakipleri Asya ülkeleri ve ucuz işgücüne sahip balkan ülkeleri değil, İtalya, Almanya, Fransa gibi ülkeler olmalıdır. Çünkü onlar zamanla bu sektörden çekilmek zorunda kalacaklardır.



**Tablo 3.2. Türkiye Tekstil İhracatı (2005)**

	2003		2004		2005		2005'TE	2005'TE
	YILLIK		YILLIK		YILLIK		GÖRE	GÖRE
							DEĞİŞ. %	DEĞİŞ. %
	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	58,586,099	289,222,423	61,584,449	317,542,343	64,417,762	328,709,423	4.6	3.5
FRANSA	33,032,117	125,035,120	32,473,693	133,100,934	29,680,215	132,834,746	-8.6	-0.2
İTALYA	118,748,901	410,378,603	121,910,261	497,060,785	115,067,863	493,808,490	-5.6	-0.7
BELÇİKA	20,801,967	59,010,264	26,100,534	71,405,255	22,833,205	70,088,454	-12.5	-1.8
LÜKSEMBURG	660,127	1,716,527	1,593,335	5,212,738	1,102,144	3,950,334	-30.8	-24.2
HOLLANDA	10,607,813	56,321,967	12,025,962	70,078,619	13,405,227	71,392,094	11.5	1.9
İNGİLTERE	50,751,390	196,414,402	51,676,473	214,021,940	50,559,924	206,036,376	-2.2	-3.7
İRLANDA	2,636,004	5,502,467	2,412,662	6,327,919	2,157,747	7,631,234	-10.6	20.6
DANİMARKA	2,933,791	18,108,889	3,619,960	23,941,719	4,232,673	29,394,389	16.9	22.8
YUNANİSTAN	27,685,639	99,987,810	31,440,020	128,336,470	33,519,185	140,717,203	6.6	9.6
İSPANYA	48,379,050	122,890,625	54,988,488	158,694,644	49,396,522	166,935,098	-10.2	5.2
PORTEKİZ	22,900,462	51,830,994	27,185,342	78,279,445	25,201,036	75,566,168	-7.3	-3.5
AVUSTURYA	2,622,686	16,719,043	3,103,747	18,230,284	3,720,814	23,338,869	19.9	28.0
FİNLANDİYA	2,452,672	10,362,784	2,744,884	12,670,585	2,667,172	15,041,206	-2.8	18.7
İSVEÇ	2,751,486	12,090,770	3,367,379	15,694,254	3,727,087	17,824,782	10.7	13.6
<b>AB (15) TOPLAMI</b>	<b>405,550,204</b>	<b>1,475,592,688</b>	<b>436,227,189</b>	<b>1,750,597,934</b>	<b>421,688,576</b>	<b>1,783,268,866</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.9</b>
MALTA	1,243,372	7,676,711	1,406,628	10,580,778	878,129	6,622,155	-37.6	-37.4
ESTONYA	304,322	2,729,384	1,822,355	5,390,406	1,679,292	5,723,408	-7.9	6.2
LETONYA	143,845	1,420,020	384,395	2,630,651	386,469	3,398,813	0.5	29.2
LİTVANYA	1,678,599	15,688,389	2,860,165	23,676,949	3,292,689	27,621,084	15.1	16.7
POLONYA	27,269,963	110,182,522	40,465,402	173,935,812	40,121,476	193,993,189	-0.8	11.5
ÇEK CUMHURİYETİ	5,515,371	21,163,493	4,804,400	23,350,185	6,196,087	28,745,319	29.0	23.1
SLOVAK CUMHURİYETİ	1,619,330	6,907,252	1,820,127	8,338,098	2,651,463	11,387,793	45.7	36.6
MACARİSTAN	8,133,176	35,702,820	9,406,068	48,472,720	11,373,189	54,115,608	20.9	11.6
SLOVENYA	1,817,347	6,198,037	1,726,501	7,043,640	1,389,790	6,655,432	-19.5	-5.5
<b>YENİ AB TOPLAMI</b>	<b>47,725,325</b>	<b>207,668,628</b>	<b>64,696,041</b>	<b>303,419,239</b>	<b>67,968,584</b>	<b>338,262,801</b>	<b>5.1</b>	<b>11.5</b>
<b>AB (25) TOPLAMI</b>	<b>453,275,529</b>	<b>1,683,261,316</b>	<b>500,923,230</b>	<b>2,054,017,173</b>	<b>489,657,160</b>	<b>2,121,531,667</b>	<b>-2.2</b>	<b>3.3</b>
ABD	48,685,551	207,323,578	54,210,519	257,226,914	50,045,621	264,954,300	-7.7	3.0
KANADA	3,886,021	21,326,921	4,554,050	25,641,340	4,859,944	31,581,986	6.7	23.2
RUSYA FEDERASYONU	39,369,564	192,352,302	52,479,834	270,250,050	71,781,328	409,359,322	36.8	51.5
İSVİÇRE	1,305,041	7,677,294	2,203,886	10,870,394	1,106,506	8,170,966	-49.8	-24.8
<b>EFTA TOPLAMI</b>	<b>1,699,500</b>	<b>9,987,613</b>	<b>2,521,721</b>	<b>12,682,470</b>	<b>1,634,976</b>	<b>10,613,810</b>	<b>-35.2</b>	<b>-16.3</b>
<b>TÜRKİYE TOP. TEKS. İHR.</b>	<b>1,086,213,589</b>	<b>3,943,498,522</b>	<b>1,125,760,455</b>	<b>4,952,270,933</b>	<b>1,153,734,340</b>	<b>5,466,999,165</b>	<b>2.5</b>	<b>10.4</b>
<b>TÜRKİYE GENEL İHRACAT</b>		<b>47,252,836,000</b>		<b>63,167,153,000</b>		<b>73,122,150,000</b>		<b>15.8</b>
<b>TEKS'İN GENEL PAYI %</b>		<b>8.3</b>		<b>7.8</b>		<b>7.5</b>		<b>-4.6</b>

### 3.1.1.5. Türkiye Tekstil İhracatı

Tablo 3.2'den son 3 yıllık tekstil ihracatı verilerine baktığımızda, Türkiye'nin en fazla tekstil ihracatını 493,8 milyon \$ (dolar) ile İtalya'ya yaptığını görmekteyiz. İkinci en büyük ihracatçımız ise 409,3 milyon \$ (dolar) ile Rusya, 328,7 milyon \$ (dolar) ile Almanya, 264,9 milyon \$ (dolar) ile ABD, 206,1 milyon \$ (dolar) ile İngiltere takip etmektedir. Bu beş ülke Türkiye toplam ihracatının neredeyse %32'sini karşılamaktadır. İtalya'ya yapılan tekstil ihracatının bir önceki yıla göre %0,7 oranında bir azalma söz konusu olmuştur. Fakat bu durum ciddi bir tehlike arz etmemektedir. En büyük ihracat artış oranını ise %51,5 ile Rusya'ya gerçekleştirilmiştir. Yunanistan'a da 2005 yılında 140,7 milyon \$ (dolar)'lık bir tekstil ihracatı söz konusu olmuştur. 100 milyon \$ (dolar)'ın üzerinde ihracat yapılan ülkelerin ( İtalya hariç) değişim oranları son 3 yıldır hep pozitif yönde bir artış göstermiştir. Bu da var olan müşterileri kaçırmadığınızı göstermektedir.

Son 3 yılın toplam ihracat değerine baktığımızda 2004 yılında %25,5 arttığını, 2005 yılında ise %10,4 arttığını görmekteyiz. Bu da ülkemiz açısından iyi bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Her yıl bir önceki yıla göre artış gerçekleştirilmiştir. Bu artış oranlarının 2006 yılından sonra biraz azalacağı tahmin edilmektedir. 2005 yılında kalkan kotaların Çin için avantaj sağlayacağı düşünülmektedir. İş gücü maliyetlerinin ve hammadde maliyetlerinin yüksek olması ülkemiz açısından büyük bir dezavantaj oluşturmaktadır. Ayrıca tarımda çalışan nüfusun giderek azalması, devletin pamuk için verdiği teşvikleri giderek azaltması ülkemizin rekabetini olumsuz yönde etkileyecektir.

Emek yoğun sektörlerde işgücü ve hammadde maliyetlerinin en düşük olduğu yerleri tercih eden yatırımcılar, her geçen yıl ülkemize yatırım yapmaktan kaçınmaktadırlar. Son birkaç yılda yapılan tekstil yatırımlarında ciddi anlamda azalmalar olmuştur. Fakat buna rağmen ülke politikalarının yatırımı özendirme çabaları içerisine girmemesi ileriki yıllarda doğacak olumsuz gelişmelerin önünü de açacaktır. Şuandaki mevcut yapımız ile bu rekabette yarışabilmek için gerekli teşviklerin yapılması gerekmektedir. Artık birçok Türk yatırımcısı bile Çin'e yatırımlarını kaydırmıştır. Buda ileriki yıllarda Türkiye'de işsizliğin artacağına bir işarettir.

### 3.1.2. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Üretim Kapasitesi

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün üretim kapasitesi; kurulu kapasite, makine parkının niteliği ve yıllar itibariyle dünya ülkeleri arasında makine alımlarının payı açısından ele alınmaktadır.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün 1995 yılına kadar göstermiş olduğu performans ve uluslar arası rekabet potansiyeli, sektörde teknolojik yatırımların artmasına neden olmuştur. Gümrük Birliği Antlaşması sonrası tekstil ve konfeksiyon ihracatındaki miktar kısıtlamalarının kaldırılacağı beklentisi ile sektöre yapılan yatırımlar çok büyük boyutlara kadar ulaşmış plansız ve aşırı büyüme kaçınılmaz olmuştur.

Türkiye dünya pamuklu dokuma sektöründe, mekikli-mekiksiz tezgah kapasitesinden yaklaşık %2,5 pay almaktadır. Türk pamuklu sektörüne yön veren 41 büyük şirket, 8,220 tezgah ile Türkiye kapasitesinin %55'ine sahiptir. Bu tezgahların %21'i 5 yaşında veya altındadır. 20 yaş ve daha eski tezgahların payı ise %61'dir.<sup>66</sup>

Pamuklu dokuma sektöründen sonra en önemli üretim, suni-sentetik dokuma sektöründe yapılmaktadır. Türkiye'de suni-sentetik dokuma kapasitesinin 750-800 milyon metre/yıl, çözgümlü örme kapasitesinin ise 100 milyon metre/yıl olduğu tahmin edilmektedir. Dokuma kumaşlar ağırlıklı olarak giyim sanayinde ve döşemelikte, çözgümlü örme kumaşlar ise mefruşatta (masa örtüsü ve perde) kullanılmaktadır. Suni-sentetik dokuma sektöründe, organize fabrikalar genellikle terbiye ile entegredir(% 60). Bu entegrasyonun derecesi çözgümlü örmeye daha az olup, %25 civarındadır. Türkiye'de suni-sentetik dokuma kumaş üreten yaklaşık 7.000 tezgah olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam çözgümlü örmeye yaklaşık 800-900 arasındadır. Her iki sanayide de makinaların çoğunluğu 10 yaşın altında olup, makina parkı Avrupa'dakinden daha gençtir. Hammadde ve işçilik yoğun bir yapıya sahip olan yünlü dokuma sektöründe 2.270 tezgah bulunmaktadır. Bu tezgahların %88'i mekiksiz, %12'si ise mekiklidir. Tezgahların %58'i

---

<sup>66</sup> Sektör Analizleri – Tekstil, <http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber>

organize, %42'si de organize olmayan sektörde kullanılmaktadır. Organize sektörde kullanılan tezgahların yaş ortalaması 11 yıldır. <sup>67</sup>

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünü kurulu kapasite açısından Avrupa ve diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'nin önemli bir paya sahip olduğunu söyleyebiliriz. Fakat yapılan karşılaştırmalarda makinelerin nitelikleri dikkate alınmamaktadır. Fakat tekstil sektöründe, teknolojideki hızlı gelişmeler nedeniyle makinelerin nitelikleri büyük önem taşımaktadır. Makinelerin modeli ve yaşı yapılacak karşılaştırmalar için önem taşımakla birlikte sektörde kullanılan makinelerin çok çeşitli olması ayrıntılı karşılaştırmaların yapılmasını güçleştirmektedir. Kullanılan teknolojinin niteliğinin sektördeki verimi ve kaliteli üretimi etkilemesi nedeni ile yeni teknoloji ürünü makinelerin kullanılması rekabet avantajını arttırmaktadır. Bu nedenle, ülkelerin makine parkının teknolojideki gelişmeler ile birlikte yenilenmesi önemlidir. Sektörde makine parkı için yapılan yeni yatırımlar, aynı zamanda teknolojik yenilemelerin de bir göstergesi olmaktadır.

**Tablo 3.3. Tekstil Makineleri Alımlarının Yıllar İtibariyle Gelişimi ve Kurulu Kapasiteye Oranı**

Alımlar	Ring(İğ) Adet	Kurulu Kapasite oranı (%)	Open-End Rotor	Kurulu kapasite oranı (%)	Mekiksiz (Adet)	Kurulu Kapasite oranı (%)
1992	114.280	2.8	31.451	20.3	976	9.8
1995	298.304	6.6	61.956	24.7	2.297	16.6
1997	733.336	12.0	40.256	10.4	2.648	14.7
1998	360.160	5.5	24.048	5.8	1.456	7.3
2002	396.084	6.1	51.296	11.1	2.821	17.6
2003	595.392	10.0	32.164	6.3	4.505	28.2

Kaynak : Aras, G.,2006, ‘‘Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği’’, Mart Matbaası, İstanbul, s.115.

Ülkelerin, her yıl makine parkına yaptıkları yatırımın oranı önem taşımaktadır. Tablo 3.3’den Türkiye’nin son dönemde makine parkına yaptığı yatırımlardaki gelişmelere bakılırsa, sektöre yapılan yatırımların mevcut kapasiteye oranı 1992-1997 yılları arasında artış gösterirken, 1997 yılından itibaren önemli bir düşüş göstermektedir. 1998 yılında ise

<sup>67</sup> Sektör Analizleri – Tekstil, <http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber>

sektörün makine parkı yatırımlarının mevcut kapasiteye oranı en düşük seviyede kalmıştır. 2002 ve 2003 yıllarına bakıldığında ise, tekstil makinesi alımlarının özellikle open-end rotor ve mekiksiz tezgahlarda toplam kurulu kapasiteye oranında oldukça önemli olduğu görülmektedir. Mekiksiz tezgahların kurulu kapasiteye oranı 1998 de %7 lerde iken, 2003 yılında bu oran %28 e çıkmıştır. Aynı şekilde iğ alımlarının kurulum kapasiteye oranı 1998 de %5,5 iken, 2003 yılında %10 a yükselmiştir. Bu dönemde yapılan yatırımlar makine kapasitelerinin artırılmasının yanı sıra, teknolojik yeniliklere adaptasyon amacını da taşımaktadır.

Türk tekstil sektörünün, kendi içinde coğrafi olarak belli bölgelerde ve sektörel olarak da belli üretim alanlarında yoğunlaşması söz konusudur.

Türk tekstil sektörünün üretimin yapıldığı yer itibariyle özellikle Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Marmara Bölgesinde öncelikli iller; İstanbul, Bursa, Kocaeli ve Tekirdağ'dır. İplik üretiminde ise GAP Bölgesinin ve bu bölgede Gaziantep'in ağırlıkta olduğunu söyleyebiliriz. Konfeksiyon sektörü en fazla İstanbul çevresinde yoğunlaşmıştır.

Coğrafi olarak belli bölgelerde üretimin yoğunlaşmasının yanı sıra, sektörde alt üretim kollarının ve belirli ürünlerinde belli bölgelerde yoğunlaştığı görülmektedir. Denizli; havlu, iç giyim ve ev tekstili ürünlerinde uzmanlaşmış bir bölge iken, Gaziantep ve Kahramanmaraş; iplik ve kumaş üretimi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Marmara Bölgesinde İstanbul; özellikle konfeksiyonda, Bursa; dokuma, ev tekstili ürünleri ve havluda yoğunlaşmıştır.

## **3.2. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN ZAYIF YÖNLERİ**

### **3.2.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Üretim Şekli**

Türk tekstil ve konfeksiyon sektöründe üretim kapasitesinin kullanımı, üretimde kullanılan hammadde ve makineler itibariyle ithal girdileri ve bunların sektördeki dağılımı etkilemektedir.

### 3.2.1.1. Kapasite Kullanımı:

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe kapasite kavramı, iplik eğirme ve dokuma kapasitesi olarak algılanmaktadır. İplik eğirme sistemi, Ring Sistemi ve Open-End iplik eğirme sistemi olarak 2 gruba ayrıldığı 1.3.1.1 Pamuk ipliği bölümde açıklamıştık. Bunlar kısa ve uzun elyaf sistemli iğler şeklindedir.

**Tablo 3.4. Tekstil Sektöründe Yıllık Ortalama Kapasite Kullanımı ( 1990-2005)**

Yıllar	Kamu ( % )	Özel ( % )	Toplam ( % )
1990	72.2	79.5	79.3
1991	66.8	77.5	76.4
1992	74.4	79.9	79.3
1993	76.0	81.9	81.4
1994	62.3	80.1	78.5
1995	63.3	83.5	82.3
1996	60.8	83.7	82.6
1997	59.7	83.8	82.5
1998	55.0	78.0	77.0
1999	35.0	73.0	72.0
2000	37.5	80.2	79.4
2001	41.9	76.7	76.3
2002	43.8	83.2	82.8
2003	24.4	81.1	81.0
2004	42.7	79.7	79.7

Kaynak : DTP Temel Ekonomik Göstergeleri, Kasım 2005, s.77

Kapasite kullanımı denildiğinde de, o sektör içerisinde yer alan makinaların ne kadarının üretim aşamasında faal olarak kullanıldığını ifade etmektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe kapasite kullanımının, özel sektörlerde %80, kamu sektörlerinde ise %57 civarlarında olduğunu Tablo 3.4'ten bakarak söyleyebiliriz.

Tablo 3.4'e bakıldığında, 1990 yılında itibaren tekstil sektöründe kapasite kullanımı ortalama kapasite kullanımının %80 düzeyindedir. Kamu kesiminde kapasite kullanımı, özel sektör kesimine göre daha düşük seviyede gerçekleşmiştir. 1993 yılına kadar özel kesimde kapasite kullanım oranı %80 lerin altında olmuştur. 1995 yılından itibaren özel kesimde oran artarken, kamu kesiminde bu oran düşüş göstermeye başlamıştır. 1998-1999

yıllarında ortalama kapasite kullanımı ciddi oranda düşmüştür. Bunun nedeni de 1998 de dünyada yaşanan ekonomik krizdir. 2000 yılından sonra kapasite kullanım oranı tekrar artışa geçmiştir.

**Tablo 3.5. Konfeksiyon Sektöründe Yıllık Ort. Kapasite Kullanımı ( 1995-2005)**

Yıllar	Kamu ( % )	Özel ( % )	Toplam ( % )
1995	81.8	90.05	89.8
1996	59.7	85.5	83.7
1997	67.1	84.2	82.7
1998	59.4	82.1	79.6
1999	35.0	80.0	75.0
2000	33.9	83.8	82.7
2001	25.3	79.6	79.0
2002	12.8	84.6	84.4
2003	-	84.8	84.8
2004	0.0	84.2	84.2

Kaynak : DTP Temel Ekonomik Göstergeleri, Kasım 2005, s.79

Konfeksiyon sektöründe kapasite kullanım oranı iplik ve dokuma alanına göre daha yüksek seviyelerde gerçekleşmiştir. Tablo 3.5'e bakıldığında ortalama kapasite kullanımı 1995 yılında en yüksek seviyede (%90,05) gerçekleşirken bunu takip eden yıllarda bu oran azalma seyrine girmiştir. 2003 yılından sonra kamu sektörü konfeksiyon alanından tamamen çekilmiştir. 2001 yılındaki krizden sonra konfeksiyon sektöründe kapasite kullanım oranı artmıştır ve 2005 yılında da %84,4 olarak gerçekleşmiştir.

### **3.2.1.2. Tekstil Hammadde ve Mamulleri**

Tekstil sektöründe en fazla kullanılan doğal hammadde pamuktur. Pamuk üretiminde Türkiye'nin dünyanın önde gelen üretici ülkesi olması önemli bir maliyet avantajı yaratmaktadır. Bunun yanında sektörümüz yurt dışından da hammadde ithal etmek durumundadır. Bu nedenle dünya piyasalarında ki fiyat değişimleri doğrudan sektörün üretim maliyetlerine yansımaktadır.

Dünya da iplik ihracatında en önemli ülke konumunda Çin bulunmaktadır. Onu izleyen ülkeler; İtalya, Hindistan ve Almanya'dır. Dünya iplik ithalatında başlıca önemli ülkeler ise; Hong-Kong , Çin, İtalya, A.B.D ve Almanya yer almaktadır.

Türkiye'de pamuk ithalat ve ihracatını sınırlayan her hangi bir dış ticaret tedbiri bulunmadığı için, tekstil ve konfeksiyon sektörü dünya pamuk fiyatından hammadde temin edebilmektedir. Bu durum, Türkiye'yi dünya pamuk ticaretinde pamuk fiyatını etkileyebilecek önemli ithalatçı ülkelerden birisi haline gelmiştir. Dünyanın önemli pamuk üreticileri olan; Brezilya, Hindistan, Endonezya, İtalya, Kore, Türkiye, A.B.D.'de pamuğun hammadde olarak kilogram maliyeti, ortalama 1,33 Dolar'dır. En düşük maliyet, kilogram başına 1,26 Dolar ile Brezilya ve Hindistan'da iken, en yüksek maliyet 1,45 Dolar ile Türkiye'dedir. <sup>68</sup>

Pamuk maliyetlerine ilişkin dünyada fiyat göstergesi olarak Liverpool A indeksi kullanılmaktadır. Türk pamuk fiyatları da bu endeks ile karşılaştırılmaktadır. 1999 yılından sonra pamuk fiyatları dünyada ve Türkiye de önemli bir artış gerçekleşmiştir. İplik üretim maliyeti içinde; ring iplikte %39, open-end iplik teknolojisinde %42 oranında hammadde maliyeti bulunmaktadır. Kumaş maliyetinin, ring iplikte %26 sı, open-end de %22 si hammadde maliyetinden oluşmaktadır. Örne de ise bu hammadde maliyet oranları ring iplikte %35, open-end de ise %37 oranındadır. <sup>69</sup>

Pamuktan sonra en fazla ithal ettiğimiz hammadde ise sentetik liflerdir. Dünyadaki sentetik elyaf fiyatları Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünü yakından ilgilendirmektedir. Petrol fiyatlarına bağlı olarak, sentetik elyaf fiyatları değişim göstermektedir. Son yıllarda petrol fiyatlarındaki artış elyaf fiyatlarına da dolaylı olarak yansımıştır.

---

<sup>68</sup> Aras, G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.124

<sup>69</sup> Aras, G.,2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul, s.124



### **3.2.1.3. Tekstil Makine Yedek Parça ve Tekstil Kimyasal Maddeleri**

Tekstil makine yedek parça ve tekstil kimyasal maddeleri ithalatı; Türkiye, tekstil konfeksiyon sektörü ile uluslar arası piyasalarda önemli bir yere sahip olmakla birlikte kullandığı teknoloji, makine ve ekipman açısından büyük ölçüde dışa bağımlı durumdadır. Türkiye’de oldukça büyük hacme sahip olan bu sektör, teknoloji ve makine üretecek mevcut altyapıya ve tesislere henüz sahip değildir. Bu durum, teknolojik açıdan tamamen dışa bağımlı bir sektör görüntüsü yaratmaktadır. Bu elbette sektörün rekabet gücünün artırılması ve sürekliliği konusunda önemli bir handikaptır.

Sektör, üretimde kullandığı tekstil kimyasal hammaddeleri, boyarmaddeler, polimerler ve diğer kimyasal maddelerin büyük bölümünü yurt dışından ithal etmektedir. Bunların dışında Türk tekstil sektörünün en fazla ithal ettiği maddeler; akrilik, polimerler ve poliamidler, reçineler vb kimyasal tekstil hammaddeleridir.

### **3.2.2. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği**

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe önemli bir yerde bulunabilmek için, rekabet edebilmek için, konumunu korumak veya daha da geliştirmek için bazı önemli faktörlerin rolü büyüktür. Burada temel rekabet yeteneğini belirleyen faktörleri incelememiz gerekmektedir. Bu temel faktörler şöyledir;

- Üretim Maliyetleri
- İş Gücü
- Genel Üretim Giderleri
- Özendirme Politikaları
- Kur Politikaları
- Pazarlama Olanakları ve Markalaşma
- Finansman Politikaları

### **3.2.2.1. Üretim Maliyetleri**

Üretim maliyetleri, sektörde kullanılan hammaddeye ve üretim kollarına göre farklılıklar göstermektedir. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün geniş bir üretim alanına ve farklı ürün yelpazesine sahip olması maliyetlerinde, her üretim kolunda ayrı ayrı ele alınması gerekmektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sektöründeki maliyet dağılımına baktığımız zaman, fire, işçilik, enerji, yardımcı maddeler, amortisman ve sermaye maliyetinden oluşan kalemler bulunmaktadır. Sektörde en yüksek maliyetin olduğu alan ring ipliği ve open-end iplik gelirken, bunları dokuma ve örme alanı takip etmektedir.

İplik sektöründe sabit kıymet yatırımlarının yüksek olması, toplam iplik maliyeti içerisinde en önemli maliyet unsurunun amortisman olmasına neden olmaktadır. Amortisman maliyeti hesaplanırken, bu kalemin içine makine ve binalar girmektedir. En düşük maliyet unsurunu ise işçilik ve yardımcı madde maliyetleri oluşturmaktadır.

### **3.2.2.2. İşgücü Maliyetleri**

İşgücü maliyetleri, Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün dünya pazarı ve AB ülkeleri ile rekabette uzun yıllar önemli bir avantaj oluşturmuştur. Birçok yabancı firmalar da, bu maliyet avantajı nedeniyle ülkemizde yatırım yapmışlardır.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektöründe son yıllarda kalifiye eğitilmiş işgücü artmıştır. Fakat bunun artması dolayısıyla işgücü maliyetlerini de arttırmış ve rekabet üstünlüğü sağlama amacı giderek azalmıştır. Türkiye'nin, AB ülkeleri karşısında işgücü maliyeti açısından maliyet avantajı yaratma şansı bulunurken, Çin, Hindistan, Pakistan, Endonezya gibi ülkelere karşı rekabet şansı düşmüştür.

Türkiye'nin uygulamada işçilik ile ilgili en önemli sorunlarından birisi de sektörde kayıt dışı işçi çalıştırılmasıdır. Kayıt dışı işçi çalıştırarak maliyetlerde haksız rekabete

neden olunmaktadır. Tablo 3.6’da görüldüğü gibi ülkemizin Asya ülkeleri ile işçilik maliyetleri açısından rekabet edebilmesi çok zordur.

**Tablo 3.6. Ülkelere Göre Saat Başı İşgücü Maliyetleri**

Ülkeler	İşçilik Ücreti (USD)/ saat
Endonezya	0,50
Hindistan	0,57
Pakistan	0,34
Çin	0,41
Taylan	1,24
Türkiye	2,13

Kaynak: İşveren dergisi Aralık 2005 sayısı, s.32

### 3.2.2.3. Genel Üretim Giderleri

Genel üretim giderlerini elektrik, su ve yakıt oluşturmaktadır. Sektörde en fazla kullanılan enerji olması sebebiyle elektrik enerjisinin maliyet açısından da önemli bir yeri oluşturmaktadır.

**Tablo 3.7. Elektrik Fiyatları (cent/kwh)**

İşveç	2,42
Çin	3,40
Fransa	3,66
A.B.D.	4,70
Yunanistan	4,80
İngiltere	5,42
Almanya	7,90
İtalya	9,30
Türkiye	9,44

Kaynak : <http://www.tekstilisveren.org/concept/blogcategory/26/39>

Tablo 3.7’de görüldüğü gibi sektörde de en pahalı enerji kullandıran ülke konumunda Türkiye bulunmaktadır. Elektrik enerjisi maliyetinin fazla olması rekabet gücünü olumsuz yönde etkilenmektedir.

Sektörde su kullanım maliyetlerinin yanında, artık su maliyetleri de önem taşımaktadır. Fakat atık su arıtma ve nakil işlemlerinin bir çok ülke de yapılmaması haksız rekabeti yaratmaktadır. Özellikle tekstil sektöründe bu çalışmalar göz ardı edilmektedir. Fakat ileriki yıllar da ülkeler büyük çevre sorunları ile karşı karşıya kalacaklardır.

#### 3.2.2.4. Özendirme Politikaları

Türkiye’nin 1996 yılında Gümrük Birliği Anlaşması ile miktar kısıtlamalarının kalkmasının ticareti önemli ölçüde arttıracığı beklentisi, sektörün 1995 yılında ciddi boyutta yatırım yapmasına neden olmuştur. Tablo 3.8’de de görüldüğü gibi 1995 yılında tekstil ve konfeksiyon sektörü için tahsis edilen yatırım teşvik belgelerinin imalat sanayi içindeki payı %87,6, toplam içindeki payı ise %71,7 olmuştur.

**Tablo 3.8. Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Tahsis Edilen Yatırım Teşvikleri**

Yıllar	Belgelerin Toplam İçindeki Payları ( % )	İmalat Sanayi için Tahsis Edilen Belgelerin Toplam İçindeki Payı (%)
1995	71.7	87.6
1996	30.6	73.7
1997	22.8	63.0
1998	14.4	48.7
1999	4.5	43.5
2000	7.2	39.7
2001	10.3	53.4
2002	26.1	58.6
2003	22.7	50.4
2004	17.7	61.2

Kaynak : DTP Temel Ekonomik Göstergeleri, Kasım 2005, s.81

Tekstil ve konfeksiyon sektörüne yapılan yatırımlar Tablo 3.8’de de görüldüğü üzere 1995 yılından sonra her yıl azalış göstermiştir. Özellikle 1998-2000 döneminde

yatırım teşvik belgelerinin payı önemli ölçüde gerilemiştir. Gümrük Birliği sonrası artan beklentiler nedeniyle, sektöre yapılan aşırı yatırımlar sektöre yönelik teşvikleri etkilemiştir. 2000 yılından sonra tekstil ve konfeksiyon sektörü teşvikleri artmaya başlamıştır. 2001 krizinden büyük yara alan sektörü tekrar canlandırmak için teşvikler artış göstermiştir.

Yapılan teşviklerin neredeyse yarısı Marmara Bölgesine verilmiştir. İç Anadolu, Akdeniz, Ege ve Karadeniz Bölgeleri sırası ile en fazla teşviki alan bölgeler olmuştur.

### **3.2.2.5. Kur Politikaları**

İthalat ve İhracat yapan Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü kurdaki değişimlerden ve kur politikaları nedeni ile her zaman sorunlar yaşamıştır. Ayrıca AB'nin de tek para birimi EURO'ya geçmesi kurların önemini daha da artırmıştır. AB üyesi 11 ülkenin para birimi olarak EURO'yu 1999 yılından itibaren kabul etmesi Türkiye-AB tekstil ticaretini daha yakından ilgilendirmeye başlamıştır. Çünkü Türkiye'nin en büyük ticaret bölgesini AB ülkeleri oluşturmaktadır.

AB içerisinde tek para biriminin kullanmanın getirdiği maliyet avantajının büyüme ve gelir düzeyi üzerindeki beklenen olumlu etki, Türk tekstil ve konfeksiyon işletmelerinin pazar paylarını arttırması olanağını sağlayacaktır. Büyüyen birlik ülkelerinin, birlik dışında bulunan ülkelere ithalat talepleri artacaktır.

Türkiye, 1970 li yıllarda dışa kapalı ithalat ikamesi modelini benimsemiş ve bu dönemde TL aşırı değerlenmiştir. 1980'de dışa açık kalkınma modelinin benimsemesi ile gerçekçi kur politikası izlenmeye başlanmıştır. İlgili dönemde, dış ödemeler dengesinin sağlanması amacıyla ihracat gelirlerini arttırmak için, TL'nin değeri önemli ölçüde düşürülmüştür. Düşük kur ile canlanan ihracat belli bir gelişme göstermiştir. 1980'li yıllarda Türk ekonomisinin çekici gücü olan tekstil ve konfeksiyon sektörü bu durumdan olumlu etkilenmiştir. Ancak 1980'li yılların yarısından sonra gerçek anlamda değeri düşük olan TL politikasından vazgeçilmiş ve TL hızla değer kazanmaya başlamıştır. Türk Lirası (TL) 1980-87 döneminde hızla devalüe olmuş, 1989-1993 yılına kadar devalüasyon oranı enflasyon oranının altında kalmıştır. Bir nevi sıcak para denilebilecek bu gelişme,

maliyetleri enflasyon ile birlikte artan tekstil sektörünün satış fiyatlarının, döviz bazında artmasını gerektirmiştir. Fiyat rekabetinde mevcut avantajını, özellikle Uzakdoğu ülkeleri karşısında kaybeden sektör ihracatı artırmakta zorlanmaya başlamıştır.<sup>70</sup>

1994'te yaşanan kriz ile TL'nin hızla değer kaybetmesi; dolara karşı %170, Marka karşı ise %210 devalüe edilmesi ile sonuçlanmıştır. Bu gelişmeden sektörde nasibini almış ve ihracatta önemli düşüş görülmüştür. Yaşanan bu kriz sonrasında gerçekçi kur politikası ile ihracattaki gerileme azalmış, ancak 1995 yılında sıcak para politikasına geri dönülmesi TL'nin yeniden aşırı değerlenmesine neden olmuştur. Bu durum sektörün dış rekabet gücünü zayıflatarak yeni endişelere neden olmuştur. 2000 yılında uygulanmaya başlanan yeni para programı ile birlikte sabit kur sistemine geçilmiş ve böylece sektörü ve bütün ekonomiyi krize sürükleyecek önemli bir uygulama süreci başlamıştır. Nitekim bu süreç ve sabit kur uygulaması 2001 yılında patlak veren ciddi bir krizle sona ermiş ve tekrar dalgalı kura geri dönülmüştür.<sup>71</sup>

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün sağlıklı gelişimi ve dış pazardaki gücünü koruyabilmesi için gerçekçi kur politikası uygulanması gerekmektedir. Yapılacak aşırı devalüasyonlar, sektörün dış pazardaki gücünü arttırmayacaktır. Bu nedenle, gerçekçi kur politikası izlenerek, enflasyon ve devalüasyon oranlarının aynı düzeyde olmalarının sağlanması önem taşımaktadır.

Türk tekstil sektörünün dış pazardaki genel eğilimi, firmaların hammadde alımlarını ağırlıklı olarak dolar, satışlarını ise ağırlıklı olarak euro ile yapması yönündedir. Bu durum dolar/euro paritesindeki gelişmelerin, sektör üzerinde önemli etkide bulunmasına neden olmaktadır. Genellikle dünya piyasalarında dolar lehine görülen kur artışlarının bulunduğu dönemlerde sektör, bu dalgalanmalardan önemli ölçüde etkilenmektedir. Euro'nun dolar karşısındaki aşırı değer kaybı konfeksiyon ihracatını önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle sene başında alınan siparişlerin o günkü kur üzerinden Euro'ya bağlanmış olması yıl içerisindeki dalgalanmaların yüksek olduğu dönemlerde, siparişlerin yerine getirilmemesi riskiyle karşılaşmaktadır. Bunun yanında normal ihracat dışında mal

---

<sup>70</sup> Ertuğ, Y., "Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü", İTKİB Yayınları No:0041, İst.,s.390

<sup>71</sup> Ertuğ, Y., "Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü", İTKİB Yayınları No:0041, İst.,s.392

mukabili, vesaik mukabili ihracatta alıcıya birkaç haftalık ödeme süresi tanınmaktadır. Bu dönemde malın alınmasından ödeme süresine ve bankada bekletilmesine kadar geçen dönemdeki kur değişikliklerinin yarattığı problemler, sektördeki firmaları etkilemektedir.

En son 2006 Mayıs ayında yaşanan kur değişimleri Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünü çok etkilemiştir. 1 dolar = 1,35 YTL seviyelerinde iken, 1 dolar = 1,70 YTL seviyelerine yükselmiş, 1 euro = 1,68 YTL seviyelerinde iken, 1 euro = 2,10 YTL'ye kadar yükselmiştir. Bu da ihracat yapan firmaları biraz rahatlatmıştır. Dövizin yükselmesi tekstil için ve ihracat yapan firmalar için iyi bir durumdur. Fakat aynı durumu ithalat yapan firmalar açısından değerlendirirsek bu olumsuz bir gelişmedir.

Şu an itibariyle ( Eylül 2006) kur, gerçek dengesini bulmuş ve 1 dolar = 1,45 YTL seviyesinde, 1 euro = 1,90 YTL seviyelerinde işlem görmeye başlamıştır. Tekstil ve konfeksiyon sektörü için en dengeli kur politikası ise 1 dolar = 1,50 - 1,60 YTL ve 1 euro = 1,90 - 2.00 YTL arasında olması daha uygun olacaktır.

### **3.2.2.6. Pazarlama Olanakları ve Markalaşma**

Sektörün konfeksiyon alanının büyük ölçüde dış pazarlara yönelmiş olması, firmaların ihracata yönelik çalışmasını ve yeni dış pazarlar aramasını gerektirmektedir. Ancak sektörün en önemli sorunlarından birisi; küçük ve orta ölçekte faaliyet gösteren firmaların, dış pazarlar bulmak ve satış yapmak konularında yeterli bilgi sahibi olmamalarıdır. Bu nedenle, bu nitelikteki firmaların dış pazarlara ulaşma olanakları daha sınırlı olmaktadır. Bu firmalarda devletin pazar bulmada kolaylık sağlaması beklentisi yüksektir. Bunun yanı sıra dış pazarlara ulaşma konusunda çeşitli araçlar ve acenteler bulunmaktadır. Dış pazarlara ulaşmak konusunda bir başka sorun da uygulanan kotalar ve sınırlamalardır.

Ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki firmaların bir çoğu fason üretim yapmaktadır. Siparişlerin durması ve işlerin azalması sonrasında hepsi bu sektörden çıkmak zorunda kalacaklardır.

Türkiye tekstil ve konfeksiyon sektörünün pazarlama sorunlarının temel çözüm yolu; moda ve marka yaratmaktan geçmektedir. Marka olmak satışta ve pazarlara ulaşmada çok büyük bir avantaj yaratmaktadır. Sektör bundan sonraki stratejilerini moda ve marka yaratmaya, kaliteli, katma değeri yüksek ürünlerde, çok işlevli, teknik tekstil ürünleri üretmeye yönelik olarak geliştirilmelidir.

### **3.2.2.7. Finansman Politikaları**

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe finansman maliyetleri, üretim maliyetlerini etkileyen temel faktör olarak rekabet avantajında belirleyici olmaktadır. Finansman maliyeti finansman kaynağının kullanılacağı alana ve kaynağın türüne göre değişmektedir. Sektörün tekstil ayağı büyük ölçüde makine ve modernizasyon yatırımı eğiliminde olduğu için, yatırım harcamaları konfeksiyona göre daha yüksektir. Bu nedenle tekstil sektörü daha çok uzun vadeli yatırım kredileri kullanmaktadır. Genel olarak firmaların kullandığı krediler; prefinansman kredileri, kısa süreli çalışma sermayesi kredileri, rotatif (yenilenen) krediler ve makine parkı için kullanılan uzun vadeli krediler şeklindedir.

Yıllardır yüksek enflasyonist ortamda faaliyet göstermekte olan firmalar ekonomik nedenlerden dolayı uzun vadeli düşünememekte ve kısa vadeli işletme kredileri kullanmaktadır. Enflasyonist ortamda faaliyetini sürdürmek durumunda olmaları çok düşük enflasyon rakamlarının bulunduğu AB ülkeleri karşısında sektörün rekabet gücünü zayıflatmıştır. Bu ortamda artan faiz maliyetleri firmalar için ciddi bir problem oluşturmaktadır. Örneğin 1999 yılında firmaların faiz kredileri TL’de %140, dövizde %25 ler seviyesine kadar çıkmıştır. Firmaların kullanabileceği düşük faizli Eximbank kredileri ise ihracatçıların satış tutarları içindeki payına göre değişmektedir. Üstelik Eximbank’ın toplam kaynakları 3,5 milyar dolar ile sınırlıydı. Uygulama da en yaygın olarak kullanılan ihracat kredisi sevk öncesi ihracat kredisidir.

İhracata yönelik olarak kullandırılan bu krediden küçük ve orta ölçekli firmaların yararlanma olanağı daha azdır. Bu durum KOBİ’lerin kredi sağlama konusunda zaten sınırlı olan olanaklarını daha da azaltmaktadır. KOBİ’lerin aynı zamanda, banka kredilerinden yararlanmak konusunda yeterli kredibiliteye sahip olmamalarının yanı sıra



teminat sorunları ile de karşı karşıya bulunmaktadır. Bu nedenle, bu firmaların finansman sorunlarının çözümünde alternatif yol ve yöntem arayışları söz konusudur. Özellikle son zamanlarda KOBİ'lerin sermaye piyasası yoluyla fon sağlama olanakları yaratabilmek için çalışmalar devam etmektedir.

Sermaye piyasası yolu ile fon sağlama alternatifi ile tekstil ve konfeksiyon firmaları için önemli bir olanaktır. Bunu fark eden firmalar son yıllarda halka açılmak konusunda daha istekli görünmektedir. KOBİ borsasının kurulması bu anlamda halka açılmayı kolaylaştırıcı bir gelişmedir. Öte yandan firmalar halka açık olmanın getirdiği denetim ve şeffaflık konusunda henüz yeterince cesur davranmamaktadır. Çünkü birçok tekstil ve konfeksiyon firması ücretler konusunda da şeffaf davranmamakta ve kayıt dışı üretim yaparak ve işçi çalıştırdığı için sıkı bir denetim istememektedir. Türkiye'deki en büyük tekstil firmaları bile bütün çalışanlarını asgari ücretli olarak göstermektedirler ve geri alan artı maaş ödemelerini gayri resmi yollardan gerçekleştirmektedir.

**Tablo 3.9. Türkiye Tekstil İthalatı (2005)**

	2003		2004		2005		2005'TE	2005'TE
	YILLIK		YILLIK		YILLIK		2004'E	2004'E
	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	GÖRE	GÖRE
							DEĞİŞ. %	DEĞİŞ. %
							MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	86,945,188	367,605,499	95,424,689	410,369,061	86,475,084	386,201,590	-9.4	-5.9
FRANSA	16,461,817	129,918,199	16,455,059	135,864,462	15,939,768	127,871,562	-3.1	-5.9
İTALYA	86,852,648	530,541,643	91,702,794	647,703,717	94,031,221	664,504,659	2.5	2.6
BELÇİKA	16,044,484	72,602,825	16,634,319	75,438,939	16,530,640	81,255,075	-0.6	7.7
LÜKSEMBURG	787,228	5,770,968	736,241	6,164,258	820,278	6,277,825	11.4	1.8
HOLLANDA	13,333,276	83,339,596	16,212,615	95,924,612	13,830,962	74,611,744	-14.7	-22.2
İNGİLTERE	14,770,742	124,044,546	15,924,282	134,588,828	16,843,169	129,097,552	5.8	-4.1
İRLANDA	2,187,550	7,856,526	1,760,711	3,350,543	1,650,094	3,665,108	-6.3	9.4
DANİMARKA	3,361,126	12,660,064	2,757,928	9,169,646	3,372,392	9,657,205	22.3	5.3
YUNANİSTAN	104,816,560	148,237,174	133,866,106	186,659,508	144,476,621	186,628,833	7.9	0.0
İSPANYA	16,531,981	69,655,946	13,579,956	74,460,625	13,060,407	81,206,851	-3.8	9.1
PORTEKİZ	10,398,548	25,203,774	8,495,358	28,697,987	8,870,142	29,973,481	4.4	4.4
AVUSTURYA	27,500,975	78,562,925	31,517,467	104,844,616	30,843,983	92,867,908	-2.1	-11.4
FİNLANDIYA	7,190,508	11,953,834	5,873,926	11,779,189	12,256,273	23,196,646	108.7	96.9
İSVEÇ	648,260	5,036,388	218,043	3,008,493	128,585	2,788,874	-41.0	-7.3
<b>AB (15) TOPLAMI</b>	<b>407,830,891</b>	<b>1,672,989,907</b>	<b>451,159,494</b>	<b>1,928,024,484</b>	<b>459,129,619</b>	<b>1,899,804,913</b>	<b>1.8</b>	<b>-1.5</b>
MALTA	111,916	805,789	224,282	1,871,832	204,178	1,720,959	-9.0	-8.1
ESTONYA	22,582	229,597	10,984	203,560	5,751	58,809	-47.6	-71.1
LETONYA	189,020	657,552	61,139	199,328	45,909	245,816	-24.9	23.3
LİTVANYA	69,595	427,372	191,659	1,625,079	356,599	3,147,904	86.1	93.7
POLONYA	806,962	4,599,266	713,910	3,894,731	602,152	4,765,265	-15.7	22.4
ÇEK CUMHURİYETİ	11,177,306	52,960,060	10,895,614	56,766,053	12,763,526	65,832,681	17.1	16.0
SLOVAK CUMHURİYETİ	1,648,110	4,400,948	527,710	1,553,111	698,917	2,604,437	32.4	67.7
MACARİSTAN	1,459,279	3,524,910	1,199,329	2,925,485	1,650,409	2,228,610	37.6	-23.8
SLOVENYA	440,053	1,541,927	1,357,544	5,486,847	2,121,771	9,023,903	56.3	64.5
<b>YENİ AB TOPLAMI</b>	<b>15,924,823</b>	<b>69,147,421</b>	<b>15,182,171</b>	<b>74,526,026</b>	<b>18,449,212</b>	<b>89,628,384</b>	<b>21.5</b>	<b>20.3</b>
<b>AB (25) TOPLAMI</b>	<b>423,755,714</b>	<b>1,742,137,328</b>	<b>466,341,665</b>	<b>2,002,550,510</b>	<b>477,578,831</b>	<b>1,989,433,297</b>	<b>2.4</b>	<b>-0.7</b>
ABD	369,455,062	452,375,142	352,142,125	542,221,184	499,477,206	593,935,790	41.8	9.5
KANADA	25,752	447,539	61,313	224,587	211,289	1,335,132	244.6	494.5
RUSYA FEDERASYONU	31,542,405	57,358,070	37,932,822	86,877,019	25,325,345	66,431,506	-33.2	-23.5
İSVİÇRE	14,884,658	38,255,211	18,924,921	52,735,986	17,553,865	52,701,066	-7.2	-0.1
<b>EFTA TOPLAMI</b>	<b>15,269,787</b>	<b>38,978,907</b>	<b>19,052,686</b>	<b>53,083,485</b>	<b>18,096,259</b>	<b>54,598,484</b>	<b>-5.0</b>	<b>2.9</b>
<b>TÜRKİYE TOPLAM TEKS.İTH.</b>	<b>1,772,450,240</b>	<b>4,665,939,817</b>	<b>1,891,095,907</b>	<b>5,661,231,721</b>	<b>2,111,621,757</b>	<b>5,947,820,964</b>	<b>11.7</b>	<b>5.1</b>
<b>TÜRKİYE GENEL İTHALAT</b>		69,339,692,000		97,539,766,000		116,048,269,000		19.0
<b>TEKS'İN GENEL PAYI %</b>		<b>6.7</b>		<b>5.8</b>		5.1		-11.7

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr/ead/SEKTOR/sector.htm>

### 3.2.3. Türkiye Tekstil İthalatı

Tablo 3.9'dan son 3 yılın tekstil ithalatına baktığımızda, ihracatta olduğu gibi ithalatta da İtalya'nın 1. sırada olduğunu görmekteyiz. 664,5 milyon \$(dolar)'lık rakamı ile uzak ara birinci sıradadır. Onu, 593,9 milyon \$ (dolar) ile ABD, 386,2 milyon \$ (dolar) ile Almanya, 186,6 milyon \$ (dolar) ile Yunanistan ve 129 milyon \$ (dolar) ile İngiltere takip etmektedir. Bu beş ülke Türkiye genel ithalatının %33'ünün oluşturmaktadır. Bir önceki yıla göre en büyük tekstil ithalat artışını %9,5 oranı ile ABD gerçekleştirmiştir. Onu %2,6 artış oranı ile İtalya takip ederken, Almanya, İngiltere ve Yunanistan'ın ithalatında azalma gerçekleşmiştir. Tekstil ithalatının en önemli kısmını tekstil makinaları, ve kullanılan teknoloji oluşturmaktadır. Türkiye, hammadde satarken, AB ülkeleri ve ABD'de bu hammaddenin işlenmesini sağlayan makine ve donanımlarını satmaktadırlar.

2005 yılındaki tekstil ithalat ve ihracat miktarlarını karşılaştırdığımızda, 2005 yılı ihracatının 5,47 milyar \$ (dolar)'ken , 2005 yılı tekstil ithalatının ise 5,98 milyar \$ (dolar)'dır. Bu da bizlere 510 milyon \$ (dolar)'lık bir tekstil dış açığının oluştuğunu göstermektedir. Türkiye ülke olarak bir nebze , tekstilde dışa bağımlı ülke konumundadır. Makine, donanımı ve teknolojiyi dışarıdan temin etmek zorundadır. Bu da bize şunu gösteriyor ki, İtalya, ABD, Almanya Türkiye ye makine sağlarken, Türkiye de onlara hammaddeyi temin etmektedir. Aradaki dış açık dengesinin fazla olmaması Türkiye açısından sevindirici bir durumdur. Yalnız, Çin'in hammadde ve işçilik gibi maliyetlerinin düşük olması, ithalatçı ülkelerin bunları temin etmede Çin'e yönelebileceğini düşündürmektedir. Bir şekilde Türkiye, onlara bağımlıyken, onların ise Türkiye ye karşı bağımlılığı bulunmamaktadır. Bu durumdan korunabilmek için Türkiye'nin kendi makinelerini ve donanımlarını yaratabilecek durumda olması gerekmektedir. Bunu aşmadığı sürece Türk tekstil sektörü her an tehlike sinyalleri ile karşı karşıya kalacaktır.

**Tablo 3.10. Türkiye Konfeksiyon İthalatı (2005)**

	2003		2004		2005		2005'TE 2004'E	2005'TE 2004'E
	YILLIK		YILLIK		YILLIK		GÖRE	GÖRE
	DEĞİŞ. %		DEĞİŞ. %		DEĞİŞ. %		DEĞİŞ. %	DEĞİŞ. %
	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	734,640	28,138,155	677,952	29,903,846	847,704	29,992,451	25.0	0.3
FRANSA	169,897	20,350,732	131,180	20,926,399	316,648	22,260,940	141.4	6.4
İTALYA	290,634	70,747,912	379,055	80,625,036	324,422	90,319,290	-14.4	12.0
BELÇİKA	46,721	1,847,855	75,493	4,427,987	87,723	3,391,280	16.2	-23.4
LÜKSEMBURG	7,029	157,062	6,522	168,964	6,941	122,470	6.4	-27.5
HOLLANDA	119,672	6,943,947	120,221	4,831,728	103,925	5,470,195	-13.6	13.2
İNGİLTERE	372,056	29,884,174	322,214	17,405,970	343,300	17,864,528	6.5	2.6
İRLANDA	7,819	244,188	978	151,989	3,018	141,787	208.6	-6.7
DANİMARKA	19,724	939,505	21,373	1,554,689	31,502	2,474,209	47.4	59.1
YUNANİSTAN	102,077	7,562,961	68,392	6,897,265	40,886	7,835,971	-40.2	13.6
İSPANYA	372,094	40,032,580	309,948	40,260,080	351,132	26,809,449	13.3	-33.4
PORTEKİZ	8,006	3,331,980	16,399	5,746,925	41,550	8,934,506	153.4	55.5
AVUSTURYA	11,689	905,879	5,504	795,235	13,184	966,936	139.5	21.6
İSVEÇ	20,774	530,776	31,735	1,064,667	75,849	2,371,782	139.0	122.8
<b>AB (15) TOPLAMI</b>	<b>2,283,441</b>	<b>211,750,547</b>	<b>2,169,365</b>	<b>214,893,875</b>	<b>2,587,944</b>	<b>218,991,871</b>	<b>19.3</b>	<b>1.9</b>
MALTA	1,238	804,406	1	167,297	92	500,870	9100.0	199.4
ESTONYA	314	15,756	969	48,380	175	32,645	-81.9	-32.5
LETONYA	5,410	90,230	1,322	268,378	31	30,864	-97.7	-88.5
LİTVANYA	403	169,733	4,074	664,044	9,308	1,384,387	128.5	108.5
POLONYA	5,755	2,666,693	11,433	4,270,739	39,600	5,333,372	246.4	24.9
ÇEK CUMHURİYETİ	9,070	523,548	45,771	1,997,795	12,644	923,398	-72.4	-53.8
SLOVAK CUMHURİYETİ	554	303,464	797	1,083,062	2,600	952,655	226.2	-12.0
MACARİSTAN	28,213	1,561,400	30,013	3,007,412	26,162	2,075,866	-12.8	-31.0
SLOVENYA	977	676,973	6,534	1,764,718	4,571	2,213,836	-30.0	25.4
<b>YENİ AB TOPLAMI</b>	<b>51,934</b>	<b>6,812,203</b>	<b>100,914</b>	<b>13,271,825</b>	<b>95,183</b>	<b>13,447,893</b>	<b>-5.7</b>	<b>1.3</b>
<b>AB (25) TOPLAMI</b>	<b>2,335,375</b>	<b>218,562,750</b>	<b>2,270,279</b>	<b>228,165,700</b>	<b>2,683,127</b>	<b>232,439,764</b>	<b>18.2</b>	<b>1.9</b>
ABD	205,897	5,447,201	242,260	5,264,093	434,475	8,589,953	79.3	63.2
KANADA	2,493	165,040	19,295	321,638	44,809	496,418	132.2	54.3
RUSYA FEDERASYONU	3,271	533,922	234,648	542,560	14,426	1,091,950	-93.9	101.3
İSVİÇRE	750,304	2,507,935	20,539	1,789,180	15,416	2,355,587	-24.9	31.7
<b>EFTA TOPLAMI</b>	<b>766,290</b>	<b>2,582,394</b>	<b>39,426</b>	<b>1,885,520</b>	<b>54,250</b>	<b>2,572,359</b>	<b>37.6</b>	<b>36.4</b>
<b>TÜRKİYE TOPLAM KONF.İTH.</b>	<b>25,014,124</b>	<b>406,097,378</b>	<b>19,577,639</b>	<b>622,574,155</b>	<b>24,247,775</b>	<b>750,778,466</b>	<b>23.9</b>	<b>20.6</b>
<b>TÜRKİYE GENEL İTHALAT</b>		<b>69,339,692,000</b>		<b>97,539,766,000</b>		<b>116,048,269,000</b>		<b>19.0</b>
<b>KONF'UN GENEL İÇİNDEKİ PAYI %</b>		<b>0.6</b>		<b>0.6</b>		<b>0.6</b>		<b>1.4</b>

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr/ead/SEKTOR/sector.htm>

### 3.2.4. Türkiye Konfeksiyon İthalatı

Tablo 3.10'da son 3 yılın Türkiye konfeksiyon ithalatı rakamlarına baktığımız zaman, en yüksek ithalatın 90,3 milyon \$ (dolar ) ile İtalya'nın aldığını görmekteyiz. Onu takip eden diğer ülkeler ise, 29,9 milyon \$ (dolar) ile Almanya, 26,8 milyon \$ (dolar) ile İspanya, 22,2 milyon \$ (dolar) ile Fransa ve 17,8 milyon \$ (dolar) ile İngiltere'dir.

Türkiye konfeksiyon ithalat rakamlarını ihracat rakamları ile karşılaştırdığımızda neredeyse %5,6 lık bir oran karşımıza çıkmaktadır. Buda bize , konfeksiyon sektörünün ne kadar iyi durumda olduğunu göstermektedir.

Rakamsal olarak 2005 yılında en büyük ithalat artışını İtalya gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin toplam konfeksiyon ithalatı 750,7 milyon \$ (dolar) iken bu rakamın sadece 232,4 milyonluk kısmını AB ülkelerinden gerçekleştirmektedir. Geriye kalan 518,3 milyon \$ (dolar)'lık kısmını ise Asya ülkeleri oluşturmaktadır. 2005 yılındaki toplam Asya ülkelerinden sağlanan ithalat %20,6 oranında artmıştır. Buda bize şunu gösteriyor ki, Türkiye dünyada en iyi 2. olduğu konfeksiyon sektöründe bile Asya ülkelerinden 500 milyon \$ (dolar)'lık ithalat gerçekleştirmektedir. Buda ileriki yıllar için hiçte iyi bir durum değildir.

Türkiye'nin AB ülkelerinden az da olsa konfeksiyon ithalatı gerçekleştirmesi, markalı ürünlerin ülkeye alınması nedeniyledir. Türkiye, Avrupa'nın önde gelen markalarını ithal etmektedir. Aslında bu ürünlerin neredeyse tamamını kendi üretip satarken, AB ülkeleri ise bu ürünlere kendi markalarını koyup tekrardan Türkiye ye satmaktadırlar. Kısacası Türkiye, Avrupa'nın fasoncusu durumundadır. AB ülkelerinin konfeksiyon pazarında bu durumda olmalarının en büyük sebebi, iyi marka oluşturmaları, dağıtım kanallarını iyi koordine etmeleri ve iyi bir satış politikası izlemeleridir.

Bu da şunu gösteriyor ki, AB ülkeleri emek yoğun olan konfeksiyon sektörü ile fazla uğraşmamaktadırlar. Sadece olayın moda kısmı ile ilgilenmektedirler. AB ülkeleri daha çok sanayi ve endüstri alanında faaliyet göstermektedirler.

### **3.3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ İÇİN FIRSATLAR**

#### **3.3.1. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avantajları**

Dünyada bir sektörün iyi olması, hızlı bir şekilde yükselmesi ve faaliyetlerini devam ettirerek o ülke içerisinde önemli bir sektör konumuna gelmesi için belli avantajlara sahip olması gerekmektedir. İşte bu avantajları şu şekilde sıralayabiliriz ;

##### **3.3.1.1. Hammadde Maliyetlerinin AB Ülkeleri Karşısında Düşük Seviyede Tutması**

Türk tekstil sektörünün en büyük maliyet avantajı pamuğu kendisinin üretmesidir. Bunun yanında ana hammadde olan pamuk ipliği ve pamuklu dokuma üzerinde tedarikçi bir ülke konumunda olmasıdır. Toplam maliyetler içerisinde hammaddenin maliyet payı % 30 – 40 arasında değiştiği göz önüne alınırsa bu avantaj çok büyük bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

##### **3.3.1.2. İşçilik Maliyetlerinin AB Ülkeleri Karşısında Düşük Olması**

İşçilik maliyetleri AB ülkeleri karşısında halen çok düşük bir seviyededir. Özellikle konfeksiyon sektöründe iş gücü maliyetleri ön plana çıkmaktadır. Fakat AB ülkeleri karşısında düşük iş gücüne sahip olan Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, Çin, Hindistan, Pakistan ve Endonezya gibi ülkeler ile karşılaştırıldığında bu avantajını yitirmektedir.

##### **3.3.1.3. Pazara Yakınlık ( AB Pazarına)**

Türkiye'nin coğrafi konumu nedeniyle AB ülkelerine yakın olması, AB pazarının da Türkiye'yi tercih etmesine neden olmaktadır. Bu pazarın Türkiye'yi kolay kolay bırakmayacağı bir gerçektir.

#### **3.3.1.4. Hızlı Mal Teslimi**

AB pazarına yakın olan Türkiye'nin istenilen malı istenilen tarihte, hızlı bir şekilde teslim etme tecrübesi ve donanımı mevcuttur. Hava, kara, deniz yolu ile mallarını en geç 1-2 gün içerisinde teslim edebilmektedir.

#### **3.3.1.5. Sektörün Gelişmiş Olması**

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü 1980'li yıllardan itibaren bu sektörün içerisinde faaliyet göstermektedir. Bu nedenle istenilen tecrübeye de sahiptir. İşletmeler gerekli olan bütün donanımlara sahiplerdir.

#### **3.3.1.6. Esnek Üretim Yapısı**

Her türlü ürünü her şekilde yapabilme kabiliyetine ve tecrübesine sahip olan Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, tekstilin sadece belli kollarında değil tekstil'in bütün kollarında faaliyetlerini uzmanlaşarak sürdürmektedir.

#### **3.3.1.7. Ürün Çeşitliliğinin Fazla Olması**

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün bir çok Asya ülkesine göre ürün çeşitliliği fazladır. Gerekli olan bütün makine donanımına sahip olan Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü bir çok ürünü hiç zorlanmadan üretebilmektedir.

#### **3.3.1.8. Sektörün İstanbul'da Yoğunlaşmış Olması**

İstanbul'un tercih edilen bir şehir olması ve coğrafi konumu nedeniyle bu Türkiye açısından büyük bir avantajdır. Üretim yerlerini ziyarete gelen bir çok yabancı müşteri kolayca ve rahat bir şekilde İstanbul'da konaklayabilmekte ve İstanbul'un sosyal yaşamından faydalanabilmektedirler.

### **3.3.1.9. Çevre Bilincinin Gelişmiş Olması**

Üretim sonrasında ortaya çıkan atıkların çevreye zarar vermeden yok edilmesi ve bu alt yapının güçlü olması Türk tekstil sektörü açısından büyük bir avantajdır. Çünkü bir çok kuruluş Çin'in 20-30 yıl sonra çevre kirliliği ile dünyayı karşı karşıya bırakacağını söylemektedirler.

### **3.3.1.10. Bir Çok Tanınmış Markanın Türkiye'de Üretilmesi**

Dünyanın önde gelen bir çok tekstil markaları Türkiye'deki işletmelerde üretilmektedir. Üretimi yapılan bu markalarda kolay kolay üreticilerini bırakmamaktadırlar.

### **3.3.2. Gümrük Birliği**

Türkiye ile AT (Avrupa Topluluğu) arasında, Ankara Anlaşmasına dayanarak kurulan ortaklığın nihai amacı, Türkiye'nin AT'ye üye olmasıdır. Ankara Anlaşması, bu amaca ulaşmak için, taraflar arasında bir gümrük birliğinin kurulmasını, temel aşama olarak belirlemiştir. Buna göre, önce sanayi ürünlerini konu alan bir gümrük birliği kurulacak, daha sonra, Ankara Anlaşması'nda öngörülen diğer ilkeler uygulamaya konulacaktır. Bu kapsamda, işçilerin karşılıklı olarak serbest dolaşımının sağlanması, tarım ürünlerinde giderek genişleyecek bir tercihli ticaret rejiminin uygulanması ve Ankara Anlaşması'nın yanı sıra imzalanan Katma Protokol'ün belirlediği alanlarda, Türkiye ile AT arasında mevzuat ve politikaların yaklaştırılması sürecinin başlatılması öngörülmüştür. Bu çerçevede AT, bir kısım tekstil ve petrol ürünleri dışındaki sanayi ürünlerinde, Türkiye'ye karşı, gümrük vergilerini ve eş etkili vergi ve resimleri, Katma Protokolün yürürlüğe girdiği tarihte kaldırmıştır. Türkiye ise, Katma Protokol'de, 1985 ve 1995 olarak belirlenen takvimlere göre tespit edilen 12 ve 22 yıllık listelerde AT menşeli sınai ürünlere gümrük sınırlamasını ve üçüncü ülkelere karşı ortak gümrük tarifesine uyumu, Katma Protokol'de öngörülen takvime uygun olarak gerçekleştirilememiştir. Türkiye-AT ortaklık ilişkilerinin beklendiği şekilde gelişmemiş olması nedeniyle, Türkiye-AT Ortaklık Konseyinin, gümrük



birliğinin en geç 1995'de tam olarak gerçekleşmesi amacıyla bir karar alması yönünde, gerekli çalışmalar başlatılmıştır. <sup>72</sup>

Katma Protokol çerçevesinde Avrupa Topluluğu Türkiye'ye 1980 yılına kadar mali yardımda bulunmuştur. Ancak, 1981 yılında Yunanistan'ın Avrupa Topluluğu'na tam üye olmasından sonra Avrupa Topluluğu'nun Türkiye'ye mali yardım yapmadığını görüyoruz. Bu gelişmede Avrupa Topluluğuna tam üye olan Yunanistan'ın tutumu etkili olmuştur. Türkiye 1974 yılında ortaya çıkan petrol krizi nedeniyle karşılaştığı ekonomik güçlükler ve yaşanan siyasi istikrarsızlıklara bağlı olarak Katma Protokolün öngördüğü ekonomik yükümlülüklerini önemli ölçüde yerine getirememiş ve 1979 yılında Avrupa Topluluğu ile ekonomik ilişkilerini bir süre askıya almıştır. <sup>73</sup>

Çok Elyaflılar Anlaşması sonucunda alınan kararlar ile dünyadaki tekstil ve konfeksiyon ticareti Türkiye'yi her yönü ile etkilemiştir. Bu çerçevede AB, ABD ve Kanada gibi gelişmiş ülkeler Türkiye'ye karşı kota uygulamışlardır. Fakat Türkiye'nin AB ile arasında imzaladığı Katma Protokol nedeni ile kısıtlamalar farklı bir şekilde, tabiri caiz ise hafif bir şekilde uygulanmıştır. Aslında kotaların kalkması ile Türkiye'nin ABD ve Kanada için yapacağı ihracat miktarında bir artış olacaktır. AB ile aramızdaki ticarete fazla bir oynama olmayacaktır. Türkiye'nin AB ile 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği Anlaşması ile kotalar tamamen kalkmış durumdadır.

Türkiye'nin AB dış ticaretinde Gümrük Birliği Anlaşmasına gelene kadar altı tane anlaşma imzalanmıştır. Bu anlaşmalarda, her dönem için farklı ürüne farklı miktarlarda kota uygulanmıştır. Böylece konfeksiyon sanayinin üreteceği bütün ürünlerde AB tarafından sayısal sınırlamalar gerçekleştirilmiştir.

Avrupa Topluluğu ile Türkiye arasındaki ekonomik ilişkileri etkileyen önemli bir gelişme Avrupa Topluluğunda 1 Temmuz 1987 tarihinde yürürlüğe giren Tek Avrupa

---

<sup>72</sup> Gümrük Birliğinin Türk Ekonomisi Üzerindeki Etkilerini İzleme Projesi, <http://www.die.gov.tr/PROJECTS/GUMRUK/gumruk.html>

<sup>73</sup> MORGİL, O.,Ekonomik Açından Türkiye – AB İlişkileri ve Gümrük Birliği İşleyişi, [http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=650&id=39](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=650&id=39)

Senedi Anlaşması olmuştur. Bu anlaşmaya dayanılarak çıkartılan 282 adet yönetmelik ve direktifin yürürlüğe girmesi ile Avrupa Topluluğunda 1992 yılından itibaren Tek Pazar kurulmuştur. Avrupa Topluluğunda yürürlüğe giren Tek Avrupa Senedi Anlaşması Katma Protokol'de öngörülen Türkiye-Avrupa Topluluğu ekonomik ilişkilerinin kapsamını önemli ölçüde genişletmiştir. <sup>74</sup>

### 3.3.2.1. Gümrük Birliğinin Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Etkisi

Gümrük Birliğinin ticaret saptırıcı ve ticaret yaratıcı etkileri yürürlüğe girdiği ilk yıl olan 1996 yılında beklendiği gibi Avrupa Birliği lehinde olmuştur. 1996 yılında Türkiye'nin Avrupa Birliğinden yaptığı ithalat bir önceki yıla göre % 34,7 oranında artmıştır. Avrupa Birliğinin toplam ithalat içindeki payı 1995 yılında % 47,2'den 1996 yılında % 52,9'a yükselmiştir. Bu yıldan sonra Türkiye ile Avrupa Birliği arasında dış ticaretin yani ihracat ve ithalatın dengeli bir biçimde arttırmıştır. Ancak, bu noktada Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki dış ticaret hacminin esas olarak Türkiye'nin uyguladığı döviz kuru politikasına ve gerçekleştirilen büyüme hızına bağlıdır. Nitekim, 2001 yılında Türkiye'nin döviz kurunu nominal çapa olarak kullanması sonucunda Türkiye'nin Avrupa Birliğinden ithalatı büyük ölçüde artmıştır. Türk ekonomisinin 2002 yılında durgunluğa girmesi sonucunda ise Avrupa Birliğinden yapılan ithalat gerilemiştir. Gümrük Birliği, Türk sanayini geniş ölçüde dış rekabete açmıştır. Artan rekabet çeşitli sanayi sektörlerinde verimlilik ve kalitenin artırılması ve bu sektörlerin gümrük birliğine uyum yapmasına imkan vermiştir. <sup>75</sup>

Gümrük birliğinin işleyişi ile ilgili olarak üç olumsuz gelişmenin ortaya çıktığını söylemeliyiz.

---

<sup>74</sup> Morgil, O., "Ekonomik Açından Türkiye – AB İlişkileri ve Gümrük Birliği İşleyişi"  
[http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=650&id=39](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=650&id=39)

<sup>75</sup> Morgil, O., "Ekonomik Açından Türkiye – AB İlişkileri ve Gümrük Birliği İşleyişi",  
[http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=650&id=39](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=650&id=39)

1. Gümrük Birliğinin sağlıklı bir Şekilde iŐletilebilmesi için dayanıŐma ilkesi çerçevesinde Avrupa Birliğinin Türkiye'ye mali destek vermesi öngörülmekteydi. Ancak, Türk ekonomisinin boyutu göz önüne alındığında miktarı yeterli olmayan 5 yıl içinde verilmesi öngörülen 4 milyar dolarlık mali yardımın gerçekleŐmedięini görüyoruz. Özellikle, küçük ve orta-boy firmaların gümrük birliğine uyumu açısından önemli olan mali yardımın gerçekleŐmemesi gümrük birliğinin etkin işleyişi yönünden olumsuz bir gelişme olmuştur.

2. Gümrük birliğinin dinamik bir etkisi olarak yabancı yatırımların doğrudan artacağı beklenmekteydi. Böylece yeni teknolojilerin transferi ve yeni dış pazarlara açılma yönünden gelişmelerin sağlanması mit edilmekteydi. Ancak, bu beklenti ve ümitler gerçekleşmemiştir.

3. Gümrük birliği çerçevesinde Türkiye'yi ilgilendiren konularda Türkiye'nin karar mekanizmalarında olmaması gümrük birliğinin, işleyişi açısından bir olumsuzluk olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin Avrupa Birliğine tam üyeliğinin gerçekleŐmesinin uzaması bu olumsuzluğu daha da arttırmaktadır.

Bu gibi olumsuzlukların yanında Gümrük Birliği çok çeşitli avantajlar da getirmektedir.

- Yurt içindeki firmalar verimliliği ve rekabet yeteneğini arttırmaya zorlanmakta, daha iyi donanımlı Şirketler ortaya çıkmakta ve AB'nin her yerinde aynı kalitede mal üretilmektedir.
- Türkiye'de tüketiciler, öncekinden daha düşük fiyatlardan, daha geniş bir yelpazede yabancı ve yerli mallar seçme olanağına sahip olmaktadırlar.
- Yabancı retken sermaye açısından Türkiye'nin çekiciliği artmakta ve istihdam yaratılmasına ve kalkınmaya katkı sağlamaktadır.
- Uluslar arası alanda Türkiye'nin rekabet gücünü arttırmakta ve dünya ticaretini teşvik etmektedir.

- Türkiye – AB Gümrük Birliği, yalnızca ekonomik alanda bütünleşmenin ötesinde başka alanlarda da daha fazla iş birliği ve bütünleşme sağlarnasını kolaylaştırmıştır. <sup>76</sup>

Gümrük Birliğinin hayata geçirilmesinden sonra ekonomik ilişkilerin sağlıklı olarak geliştirilmesi için Türkiye'nin Avrupa birliğine tam üye olması ile ilgili adımların Ankara Anlaşması ve Katma Protokole uygun olarak atılması beklenmiştir. Bu beklenti Aralık 1997 tarihinde Lüksemburg'da yapılan Avrupa Birliği Konsey toplantısında gerçekleşmemiştir. Türkiye'nin ısrarlı talebi sonucunda Aralık 1999 tarihinde Helsinki'de yapılan Avrupa Birliği Konsey toplantısında Türkiye Avrupa Birliği tam üyeliği için aday ülke olarak kabul edilmiştir. Ancak, Türkiye ile tam üyelik müzakerelerinin başlaması Kopenhag kriterlerinin gerçekleştirilmesine bağlanmıştır.

Gümrük Birliğinin Türk kamuoyunda yapılan haklı itirazlara rağmen benimsenmesinin temel sebebi, Türkiye'yi tam üyeliğe götürcek en hızlı araç olarak kabul edilmesidir. Ortaklık Konseyi Kararı'ndaki birçok teknik düzenleme, çok gecikmeksizin tam üyeliğin gerçekleşeceği varsayımına dayanılarak hazırlanmıştır. Türkiye'nin tam üyelik perspektifinin verilmemesi durumunda Gümrük Birliği, tam üyelik için bir araç olma niteliğini yitirecek ve AB ile dış ticareti düzenleyen bir nitelik kazanacaktır. <sup>77</sup>

Gümrük Birliğinin temel etkilerinden biri de, ekonomik birleşmeye katılan ülkelerin tümü üzerinde aynı faydayı sağlamamasıdır. Gümrük birliğinden daha az fayda elde edecek ülkeleri gümrük birliği içinde tutabilmenin bir yolu da dorudan yardımlar yapmaktır. Avrupa birliği içerisinde daha az gelişmiş bölgelere yapılan yardımlar veya Türkiye'nin gümrük birliği sonrası Avrupa Birliğinden talep ettiği yardımlar da vardır. Fakat bu konuda ortaya çıkan sorunları çözmede etkili olunmaması gümrük birliğinden beklenen beklentilerin gerçekleşmemesine yol açmaktadır. <sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> AB – Türkiye Gümrük Birliği, <http://www.deltur.cec.eu.int/abrefah.rtf>

<sup>77</sup> Berksoy, T.,2004, 'Avrupa Birliği Üzerine Yazılar', Semaye Piyasası Kurulu, Ankara,s.209

<sup>78</sup> Dartan, M., 'ECO Bölgesi Uluslar Arası Aktörlerin Rolü ve Türkiye', Lito Matbaası,syf.13

### 3.3.2.2. Gümrük Birliği Sonrasındaki AB – Türkiye Gelişmeleri

Ülkemiz, 1996 yılında Avrupa Birliği ile gerçekteştirdiği Gümrük Birliği nedeniyle, bu tarih itibariyle Avrupa Birliği pazarına kotasız ihracat yapma imkanını elde etmiştir. Ayrıca, Avrupa Birliği'nin Ortak Ticaret Politikasına uyum yükümlülüğümüz çerçevesinde Avrupa Birliği ile üçüncü ölkeler arasındaki Tekstil Kısıtlama Anlaşmaları ölkemizce üstlenilmiş ve bu ölkelerden yapılan tekstil ve hazır giyim ürünleri ithalatında kota uygulaması başlatılmıştır.<sup>79</sup>

Gümrük Birliği'nin tamamlanması ile birlikte, taraflar arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ölkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamaya başlamıştır. Bu durumun tek istisnası ise, 1996 yılında başlayan ve 2000 yılı sonuna kadar süren beş yıllık geçiş döneminde, otomobiller, ayakkabılar, deriden mamuller ve mobilyalar gibi kısıtlı sayıdaki hassas ürün için üçüncü ölkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi hadlerinden daha yüksek gümrük vergileri tatbik edilmesi olmuştur. 2000 yılı başında bu istisnai durum da sona ermiş ve tüm sanayi ürünleri bakımından OGT uygulanmasına başlanmıştır.

Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesiyle Türkiye'nin AB ve EFTA ölkelerinden gerçekteştirdiği sanayi ürünleri ithalatında ağırlıklı koruma oranı %10'dan 0'a düşmüştür. Üçüncü ölkelerden gerçekteştirilen ithalat bakımından ise söz konusu oran 1996 yılında %15'ten %5.6'ya düşmüştür. 2001 yılına gelindiğinde ise Türkiye'nin ortalama koruma oranının % 4.5 seviyesine indiği gözlemlenmektedir.<sup>80</sup>

Dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler ve halihazırda Avrupa'da ulaşılan bölgesel entegrasyon düzeyi Türkiye-AB Gümrük Birliği'nin çerçevesinin belirlenmesinde etkili olmuş ve gerek ikili ticarete gerek üçüncü ölkelerle ticarete tarafların aynı ticaret ve rekabet kurallarına tabi olmasını gerektirmiştir. Gümrük Birliği Kararı uyarınca Türkiye aşağıda yer verilen alanlarda Topluluk Ortak Ticaret Politikasına paralel düzenlemeler gerçekteştirmiştir:

---

<sup>79</sup> Altunyıldız, Z., "Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Zorlaşan Uluslar arası Rekabet ve Çin Tehdidine Karşı Alınabilecek Tedbirler", <http://www.igeme.org.tr/tur/bakis/sayi%2026/bakis>

<sup>80</sup> AB ile Gümrük Birliği Çerçevesinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü <http://www.turktextiles.com/tabid/55/articleType/ArticleView/articleId/5/Default.aspx>

- Ticarete ortak kurallar
- Kotaların yönetimi
- Dampingli ve sübvansiyonlu ithalata karşı korunma
- Yeni ticaret politikası araçları
- Bazı üçüncü ülkelerden ithalatta ortak kurallar
- Tekstil ürünleri ithalatında ortak kurallar
- İhracatta ortak kurallar
- Resmi destekli ihracat kredileri
- Tekstil ürünleri ithalatında otonom düzenlemeler
- Dış ticarete standardizasyon
- Topluluğun tercihli rejimi
- Dahilde işleme rejimi
- Hariçte işleme rejimi

AB'nin diğer ülkelerle kurduğu ortaklık ilişkilerine göre daha kapsamlı bir entegrasyon modeli olan Gümrük Birliği'nin tamamlanması 1980 yılında ekonominin liberalizasyonu doğrultusunda alınan kararlardan bu yana Türk ekonomisini etkileyen en önemli gelişme olmuştur.<sup>81</sup>

Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesinden bu yana gerçekleşen radikal değişikliklere rağmen Türkiye, AB ülkelerinin rekabetçi baskısına karşı koyabilmede başarılı olmuştur. Bu bağlamda, Türkiye'nin rekabetçi bir yapıya, dinamik ve esnek bir sanayiye sahip olduğu, özel sektörü gelişmiş bir girişimcilik anlayışının yönlendirdiği söylenebilir. AB ile gerçekleştirilen Gümrük Birliği'nin akabinde ülkemiz bir taraftan, AB tekstil ve giyim pazarına kısıtlamaya tabi olmadan giriş olanağı kazanırken, diğer taraftan, AB tarafından 51 ülkeye karşı belirli tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatında uygulanan miktar kısıtlaması ve gözetim önlemleri Ortak Ticaret Politikası'na uyum kapsamında Türkiye tarafından da uygulanmaya başlanmıştır. Böylece, AB tarafından uygulanan önlemlerin ticaret sapması yoluyla aşılmasının önlenmesi amaçlanmıştır. Türkiye için ithalatta miktar kısıtlaması seviyeleri belirlenirken Türk sanayiinin ihtiyacı da göz önüne alınmış ve geleneksel ticaret akışının olumsuz etkilenmesine izin verilmemiştir.

---

<sup>81</sup> AB ile Gümrük Birliği Çerçevesinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü  
<http://www.turktextiles.com/tabid/55/articleType/ArticleView/articleId/5/Default.aspx>

Gümrük Birliği beklentisine ve Gümrük Birliğine bağlı olarak, yatırım teşvik belgeleri, döviz tahsisat tutarları, iş yeri sayıları, istihdam, toplam ödemeler, sektörün hammadde ve ara mamul ithalatı ve sektörün ihracatı gibi değişkenleri bakımından Gümrük Birliği'ne bağlı olarak bir büyüme gerçekleşmiştir. Gümrük Birliği ile birlikte üreticilere sağlanan başka bir avantaj da, gümrük vergilerinin indirilmesinin girdi fiyatlarına yansımastır.

Öte yandan, dünya tekstil ticareti 2005 yılı başından itibaren kotaların kaldırılması ile tümüyle Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kural ve disiplinlerine tabi olacaktır. Bunun sonucu olarak Türkiye, AB pazarına kotasız girişten kaynaklanan göreceli avantajını da yitirecektir.

### **3.4. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN TEHDİTLERİ**

#### **3.4.1. Dünya'nın En Büyük Tehdidi Çin**

##### **3.4.1.1. Çin'in Doğal Kaynakları ve Sektörel Görünümü**

Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC), maden ve mineraller yönünden zengin bir ülkedir. Aralarında demir, demir alaşımlı metal cevherleri, fosfat, tungsten, molibden ve titanyumun bulunduğu birçok maden ve mineral türünde dünya lideri konumunda bulunmaktadır. Çin, uzay teknolojisi ve elektronik alanında kullanılan bazı ender bulunan madenlerin de artan orandaki üretici ve ihracatçısı durumunda bulunmaktadır. Rusya ve Kanada'dan sonra yüzölçümü en geniş ülke olan ÇHC, sahip olduğu hidroelektrik güç potansiyeli ve kömür rezervleri açısından da dünya birincisidir. Ancak yer yer karşılaşılan enerji darboğazları ülke ekonomik gelişmesinin en önemli engellerden biri olarak görülmektedir. Çin bir ham petrol ithalatçısı ülkedir. Ülkenin güneyinde bulunan doğal gaz rezervleri henüz işler hale getirilememiştir.

Ekonomik altyapıda en büyük eksiklik ulaşım ve haberleşmede duyulmaktadır. Çin'de, halihazırdaki ulaşım altyapısının, talebin ancak %60'ına cevap verebildiği tahmin edilmektedir. Limanlar ve demiryolları talebe cevap verememektedir. Havayolu taşımacılığı, malzeme, ileri teknoloji ve eğitimli personel eksikliği içindedir. Enerji

yetersizliği diğer önemli bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. Son yıllarda yabancı ortaklı sanayi tesisleri de dahil olmak üzere, bilhassa elektrik enerjisi eksikliği nedeniyle, sanayi üretiminde kesintilere neden olmaktadır.<sup>82</sup>

Ülke, toplam 9,596,960 km<sup>2</sup> yüzölçümüyle ABD'den biraz daha küçük bir alanı kapsamakta olup, yüzölçümü olarak Rusya, Kanada ve ABD'den sonra dünyanın en büyük dördüncü ülkesidir. Haziran 2003 tahminlerine göre nüfusu 1,286,975,468 kişidir. Nüfusunun %70'i 15-64 yaş arasındadır. Nüfusun yaş ortalaması 31.5'dur. Ortalama yaşam beklentisi 72.2 yıldır.<sup>83</sup>

Çin ekonomisi pek çok sanayi alanında ileri düzeye ulaşmış durumdadır. Modern metalurji, madencilik ve enerji ekipmanları, uçak yapımı, otomobil üretimi, büyük makine parçaları, döküm, uzay sanayi, büyük enerji devreleri, elektronik, iletişim ekipmanlar, ölçüm araçları gibi alanlar, son dönemde Çin ekonomisinin faaliyet gösterdiği başlıca alanlar arasında sayılmaktadır. Çin, halen madencilik, enerji santrali, metalurji, akaryakıt, kimyasallar, otomotiv ve gemi yapımı konularında tamamen kendi teknik imkanlarına dayanmaktadır.

2008 Olimpiyatları için Pekin yerel hükümeti, 180 milyar yuanlık (yaklaşık 22 milyar dolarlık) bir yatırım gerçekleştirecektir. Önümüzdeki 5 yılda Pekin'de 9 milyon metrekare eski ev yenilenecek ve kişi başına yaşama alanı 18 metrekareye çıkacaktır. Çin ekonomisindeki hızlı büyüme, kentlerde yaşam düzeyinin iyileşmesi, yüksek kalitede enerji hizmetleri ile birlikte ev aletlerine olan talebi de artırmaktadır. Öte yandan, son dönemde Çin, ev aletleri ve ampul gibi enerji tüketen araçların üretiminde de dünya ölçeğinde ön sıralara gelmiştir.<sup>84</sup>

### **3.4.1.2. Çin'in Büyüme Performansı**

Dünya'nın en hızlı büyüyen ekonomisi niteliğindeki Çin'de, büyüme hızı 2004 yılının ilk çeyreğinde yüze 9.7'ye ulaştı. 2003 yılında bu oran yüzde 9.1 olarak

---

<sup>82</sup> Dünya Ekonomisinin Yeni Sorunu : Çin Tehdidi, [www.tisk.org.tr/yayinlar](http://www.tisk.org.tr/yayinlar)

<sup>83</sup> Asya'nın Devi: Çin Halk Cumhuriyeti,

<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/temmuz2004/asya1.htm>

<sup>84</sup> Dünya Ekonomisinin Yeni Sorunu : Çin Tehdidi, [www.tisk.org.tr/yayinlar](http://www.tisk.org.tr/yayinlar)



gerçekleşirken, 2002 yılında da yüzde 8 oranında büyüme kaydetmişti. Çin, uyguladığı kur politikasıyla ihracatını son 5 yılda yüzde 122 oranında arttırdı.<sup>85</sup>

2003 yılında Çin'in yurtiçi gayri safi milli hasılası 1 trilyon 400 milyar ABD dolarına ulaştı ve Çin ekonomisi ABD, Japonya, Almanya, İngiltere ve Fransa'dan sonra dünyada 6. sırada yer aldı. 2003 yılının sonuna kadar Çin'in kişi başına düşen gayri safi milli hasılası 1000 ABD dolarını geçti. Dış ticaret hacmi İngiltere ve Fransa'yı aşarak ABD, Japonya ve Almanya'dan sonra dünyada 4. sırada yer alarak 850 milyar ABD dolarına ulaştı. 2003 yılının sonuna kadar, Çin'in döviz stoku Japonya'dan sonra dünyada ikinciliğe yerleşerek 400 milyar ABD dolarını aştı.<sup>86</sup>

İhracat ve sabit sermaye yatırımına dayalı ekonomik büyüme modeli ciddi kırılmalıklar yaratmaktadır. GSYİH'nın yüzde 80'ini oluşturan bu iki kalem yıllık bazda yüzde 30 oranında büyümeye devam etmektedirler. Büyük ölçüde uluslararası ticarete konu olan malları üreten sektörlerle akan sabit sermaye yatırımları ve ucuz işgücü ihracat patlamasına neden olmaktadır. 2004 yılında 32.1 milyar dolar olan dış ticaret fazlası 2005 yılında üçe katlanarak 102 milyar dolara yükselmiştir. 2006 yılında da dış ticaret fazlasının 138 milyar dolara ulaşarak yeni bir rekor kırması bekleniyor. Yüksek tasarruf oranı ve sönük iç tüketim Çin'i dış konjoktüre ve özellikle de Amerikan tüketicisine aşırı bağımlı hale getirdi. Dünya ekonomisinde Amerika'nın tükettiği ve Çin'in ürettiği sağlıksız bir denge oluştu.<sup>87</sup>

### **3.4.1.3. Çin'e Yabancı Sermaye Yatırımları**

ÇHC yabancı sermaye çekme konusunda çok başarılı olmuştur. 1990'ların başından itibaren gelişmekte olan ülkelere yapılan yabancı yatırımların başında Çin yer almıştır. Yabancı fonların, yarısından fazlası Hong Kong kaynaklıdır. İkinci en büyük yatırımcı ülke Tayvan'dır. Çin'e yapılan yatırımların genel olarak ABD, Kanada, Tayland ve Avustralya'da yaşayan Çin kökenliler tarafından yapıldığı gözlenmektedir. Çin hükümeti

---

<sup>85</sup> Hızlı Büyüme Hem Çi'i hem Dünyayı Korkutuyor, <http://www.sabah.com.tr/2004/html>

<sup>86</sup> Çin Ekonomisine Genel Bakış, <http://tr.chinabroadcast.cn/chinaabc/chapter3>

<sup>87</sup> Şahinöz, E., <http://www.haber1.com/video/ana%20yazi.ppt>

bundan böyle yabancı yatırımlara ayrıcalıklı muamele yerine, ülkenin bu anlamda bir doyuma ulaştığı düşüncesi ile yerli ve yabancı yatırımlara eşit muamele anlamına gelen uluslararası kabul görmüş “Milli Muamele” ilkesini uygulama yönünde çalışmalara başlamıştır. Bununla birlikte, altyapının zayıf olduğu batı ve iç bölgelerde özellikle uzun vadeli projeler için bazı özel teşvikler düşünülmüştür. <sup>88</sup>

Yabancı yatırımlar Çin ekonomisine çeşitli yararlar sağlamaktadır. Bir kez sabit sermaye yatırımlarının %10'dan fazlasını temsil eden dolaysız yabancı yatırımlar Çin sanayi inde katma değer artışına neden olmaktadır. İkinci olarak, yabancı sermaye sayesinde ÇHC yeni ihracat pazarları elde etmektedir. Örneğin, 2002 yılında yabancı sermayeli şirketlerin ihracatında %25 artış olmuştur. Üçüncü olarak, yabancı sermayeli şirketler Çinliler için 23 milyon iş yarattıkları gibi, devletin vergi gelirlerinin %20'sini ödemektedir. <sup>89</sup>

#### **3.4.1.4. Çin'in Ekonomi Politikaları ve Reform Çalışmaları**

Çin'in ekonomik devrimi 1978'de Deng Xiaoping'in Çin Komünist Partisinin denetimini ele geçirmesiyle başlamıştır. O dönemde Çin'in koşulları, planlı ekonomiden piyasa ekonomisine geçiş için olgunlaşmıştı. Bunun dört ana nedeni vardı: (1) Mao'nun kültür devrimi giderek halkın desteğini kaybediyordu, (2) Uzun yıllara dayalı planlı ekonomi uygulaması kısıtlıların önüne geçememiş ve bunu uygulayan bürokratlar bile sistemin lehinde görünmekten çekinir olmuşlardı, (3) Öteki Uzakdoğu ülkelerinin (Tayvan, Hong Kong, Singapur, Güney Kore) uyguladıkları piyasa ekonomisi, Çin'in uyguladığı planlı ekonomiye göre çok daha iyi sonuçlar vermiş ve bu gelişme Çinli teknokratlar tarafından kabul edilmeye başlanmıştı, (4) Çin halkı bu nedenlerle ekonomide yapılacak reformları desteklemeye eğilimli görünüyordu. <sup>90</sup>

Piyasa ekonomisine geçiş için gerekli ekonomik devrimi kamu ekonomik teşebbüslerinden başladı. İlk aşamada kamu ekonomik teşebbüslerine daha fazla özerklik

---

<sup>88</sup> Dünya Ekonomisinin Yeni Sorunu : Çin Tehdidi, [www.tisk.org.tr/yayinlar](http://www.tisk.org.tr/yayinlar)

<sup>89</sup> Dünya Ekonomisinin Yeni Sorunu : Çin Tehdidi, [www.tisk.org.tr/yayinlar](http://www.tisk.org.tr/yayinlar)

<sup>90</sup> Eğilmez, M., ‘Çin ve Türkiye’, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=159263>

verildi. Bu sistemde teşebbüsü yönetecek olanlarla belirli hedefleri ele alan sözleşmeler yapıldı. Hedeflerin tutturulamamasının cezası, aşılmasının ise primi vardı. Bütün bunların yanında eskiden planlamaya dayalı olarak merkezi otorite tarafından saptanan fiyatların yerini piyasa güçlerinin belirlediği fiyatlar aldı. Yani Çin, yıllar boyu uyguladığı planlı sistemi bırakarak fiyatların oluşumunu piyasaya terk etti. Böylece fiyatlar bürokratların tahminleriyle belirlenmek yerine arz ve talep kurallarına göre belirlenir oldu. Çin, hızla yabancı sermayeye açıldı. Ucuz emeği kendi ülkesine çekmek istemeyen yabancı sermaye, sermayesini, doğrudan yatırım olarak ucuz emeğin olduğu yere taşıdı. Yabancı sermaye hem parasal hem de teknolojik destek sağladı. Çin'e ve ekonomik büyümeyi yükseltti. Yalnızca 2004 yılında Çin'e giren yabancı sermaye tutarının, Türkiye'ye, son yüz yılda gelen yabancı sermaye tutarından fazla olmasının emeğin ucuzluğu dışında bir tek anlamı var: Çin, yabancı sermayeye bizden daha fazla istikrar sunuyor ve bizden daha iyi davranıyor. Türkiye, Çin ile aşağı yukarı aynı tarihlerde ekonomiyi dönüştürmeye başladı. Üstelik hemen hemen aynı adımları atarak. Türkiye'de de kamu ekonomik teşebbüslerine karışımlar sınırlandırılmaya başlandı. Ardından fiyatların kamu tarafından denetime tabi tutulması bırakıldı. Fiyatlar piyasada arz ve talebe göre belirlenmeye başladı. Çin, ekonomisine istikrarı merkez edinerek Batı sermayesini doğrudan yatırım olarak çekmeyi başarırken Türkiye, bu istikrarı yakalayamadığı için, ancak finans sermayesini borçlanma yoluyla çekebildi. Bugün baktığımızda Türkiye'nin kişi başına gelirle özetlenecek refah düzeyi açısından Çin'den ileride olduğunu görüyoruz. Buna karşılık Çin, gelişme hızı açısından bizden daha ileri bir konumda ve üstelik borç stoku bizimle karşılaştırılamayacak kadar düşük orandadır. <sup>91</sup>

#### **3.4.1.5. Çin'de Çalışma Hayatı**

Çin'in nüfusu 1.3 milyar civarındadır. Dünya nüfusunun neredeyse yüzde 20'sini barındırıyor. Ailelerin tek çocuk sahibi olmaları teşvik edilmektedir. Kişi başına milli gelir çok düşük seviyededir. Büyük kentlere her yıl 15 milyon insan göç ediyor ve bu insanlara iş imkanı yaratılması gerekiyor. Aksi halde ülkenin bir sosyal patlamanın içine

---

<sup>91</sup> Eğilmez, M., "Çin ve Türkiye", <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=159263>

sürüklenmesi riski vardır. Yıllık 60 milyar dolardan fazla yabancı sermaye girişine rağmen Çin'in halen ciddi boyutlarda altyapı yatırımlarına ihtiyacı vardır. <sup>92</sup>

Yüksek nüfus, Çin için en büyük sorunlardan birisini teşkil etmenin yanı sıra, büyük bir ekonomik güç kaynağı olma potansiyeli sağlamaktadır. Çin'in gelişme yolundaki en büyük engellerinden birisi bu nüfusun ihtiyaçlarını karşılayacak altyapının olmayışıdır.

ÇHC' de işsizlik ciddi bir sosyo-ekonomik sorundur. Her ne kadar işsizlik oranı 2002 yılı için %4 olarak verilmiş ve 2003 yılı için de %4.4 oranında, ülkedeki kayıt dışı sektörün büyüklüğü, nüfus içinde kırsal kesimin ağırlığı gibi nedenlerle, bu rakamları ihtiyatla karşılamak gerekmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak, ülkede her yıl 80-120 milyon dolayında insan kırsal bölgelerden kentlere göç etmekte ve oralarda bulabildikleri düşük ücretli, part-time işlerle geçimlerini sürdürmeye çalışmaktadır. <sup>93</sup>

ÇHC' de çalışma koşulları genelde hayli ağırdır. İşgücüne yönelik sosyal hakların azlığı dikkati çekmektedir. Özel sektörde genelde haftada 7 gün çalışılmaktadır. Birçok işletme bayramlar dahil her gün hizmet vermektedir. Aylık ücretler 70-80 dolar düzeyindedir. <sup>94</sup>

### **3.4.1.6. Çin 'in Dünya'ya Açılması ve WTO üyeliği**

#### **3.4.1.6.1. Dış Ticaret ve Ödemeler Dengesi Gelişmeleri**

Son yıllarda emek-yoğun Çin sanayi mallarının dünya pazarlarında edindiği yer, tüm gelişmiş-gelişmekte olan ülkeleri endişelendirmeye başlamıştır. ÇHC'nin özellikle aynı gruba giren mallar üretip satan gelişmekte olan ülkeleri dünya piyasalarından "silmesinden" korkulmaktadır. Fakat benzer kaygılar gelişmiş ülkelerde ve onların en başında yer alan ABD'de dile getirilmektedir. ÇHC'nin ABD'nin onda birinden az ücret düzeyleriyle ve kasten az değerlendirilmiş durumda bırakılan bir parayla bu ülkedeki

---

<sup>92</sup> Şahinöz, E., <http://www.haber1.com/video/ana%20yazi.ppt>

<sup>93</sup> Dünya Ekonomisinin Yeni Sorunu : Çin Tehdidi, [www.tisk.org.tr/yayinlar](http://www.tisk.org.tr/yayinlar)

<sup>94</sup> Asya'nın Devi: Çin Halk Cumhuriyeti, <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/temmuz2004/asya1.htm>

fabrikaları haksız şekilde kapanmaya ittiği ve milyonlarca Amerikan işçisini işsiz bıraktığı öne sürülmektedir. <sup>95</sup>

#### **3.4.1.6.2. Çin'in WTO (Dünya Ticaret Örgütü) Üyeliği**

ÇHC'nin WTO (Dünya Ticaret Örgütü)'ya kabulünün dünya ticareti açısından önemli etkileri olması beklenmektedir. WTO üyesi ülkeler açısından ele alındığında, ÇHC'nin örgüte girmesi öncelikle Çin pazarının serbestleşmesi sonucu ortaya çıkacak yeni olanaklar açısından önemlidir. İçlerinde Türkiye'nin de bulunduğu WTO üyesi ülkelerin çoğunun birçok konuda ÇHC' ne zaten en çok kayırlan ülke prensibini uyguluyor olması, Çin ürünlerinin bu ülke pazarlarına kolay girmesine imkan veriyordu. Ancak, sınırlı sayıda ürün grubu için Çin ürünlerine uygulanan kısıtlamalar bulunmaktaydı. Buna karşın ÇHC kendi pazarını yabancı ürün ve hizmetlere karşı yüksek koruma oranları ile korumakta olduğundan, WTO sonrasında beklenen serbestleşmenin öncelikle ÇHC tarafında verilen tavizlerden kaynaklanması beklenmektedir.

Bununla birlikte, ÇHC'nin WTO üyeliğinden başlıca beklentisi yabancı sermaye girişinde yaşanması beklenen artıştır. Zira, WTO' ya girişle birlikte yabancı sermaye firmalarının faaliyetlerini sektörel ve coğrafi olarak sınırlandıran birçok kısıtlama kaldırılacaktır. Öte yandan, imalat ve hizmetlerde korumacılığın azalmasıyla dışarıdan gelecek rekabet özellikle kısa vadede yerli imalatçı ve hizmet sağlayıcıları olumsuz yönde etkileyecektir.

ÇHC'nin, WTO' ya giriş anlaşması kapsamında, mal ve hizmetlerde pazara giriş ve fikri mülkiyet hakları gibi konularda vermiş olduğu başlıca tavizler şunlardır:

- WTO üyesi tüm ülkelere eşit muamele sağlanacaktır. Tüm yabancı kişi ve kuruluşlar ticaret hakları açısından eşit olacaktır.
- İç pazar ve ihracata yönelik üretilen ürünler için ikili fiyat uygulaması ve diğer ayrımcı uygulamalar kaldırılacaktır.

---

<sup>95</sup> Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Çin Tehdidi Raporu, <http://www.atmi.org>

- Üç yıl içerisinde tüm işletmeler çok kısıtlı sınırlamalar dışında tüm ürünlerin ithalat ve ihracatını ve iç ticaretini yapabilecektir.
- Üyeliği takip eden ilk 12 yıl içerisinde Çin menşeli ürünlerin WTO üyesi ülkelerden herhangi birinin iç pazarına zarar vermesi veya zarar verme tehlikesi doğurması durumunda özel geçiş dönemi korunma tedbirleri ilgili ülkelerce uygulanabilecektir.
- Gümrük tarifeleri belirli bir takvime göre azaltılacaktır. İndirimlerin büyük bir bölümü, 2004'e kadar, diğerleri ise 2010'a kadar yapılacak olup, tüm tavizlerin tamamlanmasından sonra tarım ürünlerinde ortalama vergi % 15'e, sanayi ürünlerinde ise % 8.9'a düşecektir.
- Tekstil sektöründe 31.12.2004 tarihinde tüm WTO üyesi ülkelerin kotaları kaldırılmaları ile beraber Çin'e uygulanan kotalar da kaldırılacak, ancak 2008'e kadar WTO üyesi ülkelerde Çin menşeli ürünlerin zarara neden olması durumunda özel önlemler uygulanabilecektir.<sup>96</sup>

ÇHC'nin WTO üyeliğinin diğer gelişmekte olan ülkeler üzerindeki etkilerinin özellikle şu iki alanda kendini göstermesi beklenmektedir:

1. Mal ve hizmet piyasalarında Çin mallarının rekabeti daha fazla hissedilecek, fakat diğer ülkelerin ÇHC'ne ihracat fırsatları da artacaktır.
2. Uluslararası sermaye piyasalarında Çin piyasası yabancı yatırımlara daha açık hale geleceğinden, bunları çekme konusunda rekabet artacaktır.

---

<sup>96</sup> Asya'nın Devi: Çin Halk Cumhuriyeti,  
<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/temmuz2004/asya1.htm>

**Tablo 3.11.ÇHC'nin WTO Üyeliliğinin Diğer Ülkeler Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı Üzerindeki Muhtemel Etkileri 2006 ( % )**

	Tekstil	Hazır Giyim
Yeni Sanayileşen Ülkeler	18,3	-22,7
ASEAN	-2,4	-31,2
Güney Asya	3,3	-19,4
Latin Amerika	-5,6	-32,2
Kuzey Afrika ve Orta Doğu	-6,8	-28,0
Güney Afrika	-5,2	-21,5
Diğer Afrika Ülkeleri	-7,9	-32,4
Geri Kalan Ülkeler	-5,1	-32,0
Sanayileşmiş Ülkeler	-1,7	-14,4

Kaynak : <http://www.tisk.org.tr/yayinlar.asp?sbj=ic&id=1192>

#### **3.4.1.6.3. Çin'in WTO Üyeliliği ve Türkiye İlişkileri**

Ülkemiz ile AB arasındaki Gümrük Birliği çerçevesinde, AB'nin tekstil ve konfeksiyon alanında üçüncü ülkelere uygulamakta olduğu kota ve gözetim önlemlerinin Türkiye tarafından da üstlenilmesi sonucunda ÇHC ile müzakereler başlatılmış olup, bu çerçevede Çin menşeli tekstil ürünleri çift taraflı kontrol sistemi kapsamına alınmıştır.

Gerek tekstil gerekse diğer konularda ülkemiz, Gümrük Birliği ilkeleri doğrultusunda Avrupa Birliği'ne paralel uygulamalarda bulunmaktadır. Çin'in WTO üyesi olması alınan önlemlerin hemen kaldırılması anlamına gelmemektedir.

İthalat vergi oranlarının yüksekliği, gümrük işlemleri sırasında karşılaşılan objektif olmayan uygulamalar, standartlar konusundaki engellemeler, farklı yerel bölgelerde karşılaşılan farklı uygulama ve onay mekanizmaları Çin'e ihracat yapan bütün dünya ülkelerinin sorunu olduğu ölçüde, Türk ihracatçısının da sorunu olmaya devam etmektedir.

Türkiye ve Çin Halk Cumhuriyeti arasındaki ticari ilişkilerde Türkiye açısından önem kazanan unsurlar arasında, iki ülke arasındaki coğrafi uzaklık yanında, yeniden

yapılanma süreci içinde bulunan Çin ekonomisinin geçirdiği değişimlerin pek çok açıdan oldukça karmaşık bir yapı sergilemesi ve bunların Türkiye’den yeterince izlenememesi özellikle vurgulanmalıdır. Gerek Çin pazarının sahip olduğu altyapı ve müşteri niteliklerinin, gerekse çok açık olmayabilen ve değişim sürecinde bulunan ticaret kural ve uygulamalarının dikkatli bir şekilde izlenmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, özellikle Çin’e ihraç edilen ürünlerimizin çeşitlilik kazanması ve Türk ihracatçı ve yatırımcılarının Çin pazarında kalıcı olmak için bu pazarı tanımaya önem vermeleri gerekmektedir.

Henüz dünya ekonomisi ile bütünleşme sürecini tamamlayamamış olan Çin ekonomisi, yabancı tüccar ve yatırımcılar için halen girilmesi çok kolay olmayan bir pazar yapısına sahiptir.

Türkiye’de üretim maliyetleri ve fiyatı daha yüksek olan ürünler yerine, kalitesiz ve daha ucuz olan Çin malları büyük rağbet görmektedir. Çin’de devletin işyerlerine desteği, ülkede sendikal hakların zayıf, ücretlerin, vergilerin ve girdi maliyetlerinin düşük olması, marka taklidi veya hırsızlığı gibi önemli haksız rekabet unsurlarının varlığı, Çin mallarının maliyetini düşürmekte ve fiyat cazibesini arttırmaktadır.

#### **3.4.1.7. Çin Ekonomisinin Gelişim Evresi**

Çin, her ne kadar Komünist Parti tarafından yönetilse de, tam anlamıyla kapitalist bir ülke gibidir. Lüks alışveriş merkezlerinden beş yıldızlı otellere, bütün caddeleri sarmış gökdelenlere tabelalarını asmış yabancı dev şirketlere kadar her şey, bir Avrupa ülkesinden farksız durumdadır. Ekonomi büyük oranda devlet kontrolünde olmasına rağmen, girişimcilik ülkede ciddi şekilde desteklenmektedir. Şanghai gibi büyük kentlerde özel sektörün ağırlığı bir hayli fazladır.

Çin ekonomisinin genel görünümü tek cümleyle “devlet kontrolündeki alt yapı ve pazarın yönlendirdiği üst yapı” şeklinde özetleyebiliriz. Devlet kontrolü, bu anlamda 1930’lardan sonra Türkiye’de olduğu gibi, planlı kalkınmayı sağlayarak özel sermayenin önünü açmıştır. Kapitalist ilişkilerin hakim olduğu pazar yapısı ise, perakende başta olmak üzere tüketime dönük her sektörde şirketlere büyük iş fırsatları yaratmaktadır.



**Tablo 3.12. Çin Ekonomisinin Profili**

Büyüme Hızı ( 2006 ilk 3 ay)	% 10.3
Kişi Başına Milli Gelir	1.707 \$
Doğrudan Yabancı Yatırım Tutarı	620 Milyar \$
Yabancı Şirket Sayısı	550.000
Yabancıların Dış Ticaretteki Payı	% 60
GSM Abonesi (Mayıs 2006)	410 Milyon
İnternet Kullanıcı Sayısı	110 Milyon
Otomobil Penetrasyonu (2010 tahmini)	1.000 kişiye 40 araç
Lüks Ürünler Pazarında Büyüme	% 20
Kişi Başına Düşen Konut Büyüklüğü	25-30 m2

Kaynak : Capital Dergisi Haziran sayısı - syf 65

Çin'deki değişimin en dikkat çekici yönlerinden biri, yeni zenginlerin yükselmeye başlamasıdır. Çin'in iç pazarını hedefleyen yabancı şirketler de doğal olarak dikkatlerini bu zenginleşen nüfusa yöneltmiş durumdadırlar. Dev alışveriş merkezlerinde tanınmış bir çok markalı ürün yer almaktadır. Bu nüfus içerisinde, serveti milyonlarla ölçülen kesim ise lüks yabancı markaların en önemli hedefi durumundadır.

Zenginlik Çin'in büyük kentlerinde yoğunlaşırken, Batı'ya doğru gidildiğinde fakirlik inanılmaz boyutlara ulaşmaktadır. Ülkede gelir uçurumu büyümektedir. Zenginler daha zengin, yoksullar daha yoksul hale gelmektedir. Batıdakiler günde 1 dolar kazanırken, büyük kentlerde ise bu bir saatlik ücretin bedelidir.

Hükümet, bu uçurumun yaratabileceği risklerin farkındadır. Çin ekonomisi, ihracat ağırlıklı ekonomik modeliyle çok hızlı bir gelişim kaydetmiştir. Ancak herkes, bu durumun çok uzun süre bu şekilde devam edemeyeceğini bilmektedir.

Gelir uçurumunun yarattığı ikinci bir endişe ise sosyal huzursuzluklar. Fakir halkın başlatabileceği grevlerin yabancı sermayeyi ürkütebileceği de güçlü endişeler arasında yer almaktadır.

Çin’de serbest pazar ekonomisine geçiş, birçok sektörde önemli değişiklikler getirmesine rağmen, bazı sektörde hala önemli sorunlar vardır. Bu sektörler telecom, bankacılık ve sigortacılıktır. “Bu üç sektör şu anda oldukça sıkıntılı durumdadır. Telecom’da tekeli bir yapıyla karşı karşıyadır. Bankacılık ve sigortacılık sektöründe devlet ağırlığı sürmektedir.

Yabancıların bankacılık sektöründe varlıkları daha azdır. Bankacılık sistemi, büyük kamu bankalarının egemenliğindedir. Yabancı bankaların çoğu temsilcilikle çalışmaktadırlar.

Çin yasalarına göre, ülke çapında bireysel ve ticari bankacılık yapabilmek için belli koşulların sağlanması gerekmektedir. Bunları sağlayan bankaların önemli bölümü sektörü çok cazip görmedikleri için şubeleşmeye gitmemektedirler. Şuanda Çin ‘de 40 ülkeden yabancı bankanın 173 banka şubesi bulunmaktadır. Çin’de doğrudan yabancı yatırım miktarı 620 milyon dolara, yabancı şirket sayısı da 550 bin’e ulaşmış durumdadır. En fazla doğrudan yatırımı olan ülkeler Hong Kong, Japonya ve ABD’dir. Yabancı şirketlerin, Çin’in dış ticaretinde önemli bir payı vardır. Ülkede yapılan dış ticarete yabancıların payı % 60’ı bulmaktadır.<sup>97</sup>

Yabancılar, genellikle büyük kentlerdeki ekonomik kalkınma bölgelerinde, ihracata dönük çalışanlar ise serbest bölgelerde işletme açarak, buralarda yabancı sermayeye sağlanan özel olanaklardan da yararlanmaktadırlar.

### **3.4.1.8. Çin Ekonomisinde Yönetim Yaklaşımı**

Çin ekonomik kalkınmasını 5 yıllık planlarla yönetmektedir. En son yapılan planda önemli noktalar bulunmaktadır. Bunlardan biri, ülke içindeki bölgesel farklılıkların azaltılmasıdır. Bu sayede hem ortaya çıkabilecek sosyal sorunlar azalacak hem de ülkenin doğusunda yer alan halk diğer bölgelere kaymış olacak. Bir diğer ikinci neden de hizmet sektörünün ve katma değeri yüksek sektörlerin geliştirilmesidir.<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> Köz, N., Bu Kapının Arkasında Çin Var, Capital Dergisi Haziran 2006

<sup>98</sup> Köz, N., Bu Kapının Arkasında Çin Var, Capital Dergisi Haziran 2006

Planlı ekonomiden pazar ekonomisine geçiş sürecinde özel sektörün oluşması, insan yönetimi, fabrika yönetimi, karlılık zarar ve risk gibi kavramlar Çinlilerin gündemlerinde bile değildi. Yeni girişimciler bu konular hakkında bilgi almaya ve konuları öğrenmeye başlamışlardı. Özel sektörün ağırlığını arttırması ile birlikte iş yapma şekillerinde de farklılar yaşanmaya başlandı. Üniversitelerden bir çok eğitilmiş insan gücü sağlandı. Özel sermayeli büyük şirketlerde Batılı şirketler gibi yönetim anlayışları oluşmaya başlamıştır. Fakat bu küçük işletmelerde değişim göstermemektedir. Küçük işletmeler Türkiye’de olduğu gibi aile içi yönetimin hakim olduğu, yakın akrabalarından oluşan bir yönetim tarzı göze çarpmaktadır.

#### **3.4.1.9. Çin Malları Nasıl Ucuza Üretmektedir**

Globalleşme ile birlikte ülkemizdeki şirketler dış pazara açılarak büyük bir sıçrama kaydetmişlerdi. Ancak, 2000’li yılların başlarından itibaren ucuz Çin ürünlerinin dünyayı istilası ile birlikte her şey değişmeye başlamıştır. Bunun önüne geçebilmek için Türkiye’de öteki ülkeler gibi Çin’e karşı korumacı önlemler almaya başlamıştır. Şirket yöneticileri fiyatları ve kar marjını olabildiğince aşağıya çekmesine rağmen Çin fiyatları ile rekabet edememeye başlamışlardır.

**Tablo 3.13.Çin’i Farklı Kılan Maliyet Tablosu**

Sanayide Kullanılan Su (m3)	0.28 \$
Sanayi Elektriği (kwh)	0.05 \$
Arazi Kullanım Bedeli ( m2)	10-40 \$
Doğalgaz ( 50 kwh)	22-25 \$
İhtiyarlık sigortası	%20
İşsizlik	%2
İşgüvenliği	%0.4
Sağlık	%9.5

Kaynak : Capital Dergisi Haziran Sayısı - syf 76

Çin, 1980'li yıllardan bu yana ekonomide açılma politikası izlemektedir. Bunu yaparken öncelikle yabancı yatırımları ülkeye çekmek için büyük avantajlar sağlamaktadırlar. Ayrıca yerli özel sektörü de güçlendirmek için devlet desteğini arkasına almaktadırlar.

Yabancı şirketlerin çoğu Çin ekonomisinin büyük bir kısmını oluşturmaktadırlar. Çin'in sadece Şanghay çevresinde üretimin tamamına yakını özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Dinamik bir özel sektörün olduğunu söyleyebiliriz. Alt yapı çok güçlüdür. Gelişmekte olan bir çok ülkeye göre Çin daha iyi bir gelişme göstermektedir. Hindistan ve Endonezya'ya göre Çin'deki yatırım ortamı özel sektör için daha elverişlidir.

Çinli şirketlerin ihraç ürünlerinin % 60'ına yakını Çin'deki KOBİ'ler tarafından üretilmektedir. Devlet, bu şirketlere belli teşvikler sağlayarak, ürünlerini daha ucuza mal etmelerine imkan sağlamaktadır. Vergi kolaylıkları, toprak bedellerinde indirimler ve yatırım teşvikleri yapılan en önemli yardımlardır. Ayrıca, bina, fabrika, alet ve ekipman alımlarında bankalardan kredi kullanabilmektedirler. İhracatçı firmalara sağlanan bir diğer teşvikte ürüne göre değişecek şekilde % 3-13 arasında değişen vergi iadesi oranlarıdır.<sup>99</sup>

Çin'li şirketlerin hem iç pazarda hem de dış pazarda düşük fiyatlar verebilmesinin en büyük nedeni de düşük kar marjı ile çalışıyor olmasıdır. Bazı sektörlerde şirketler sadece üretim kapasitesine dayanarak kar saptamaktadırlar. KOBİ'ler, düşük kar marjlarını fiyatlara yansıtarak satışlarını hızlı bir şekilde arttırabilmektedirler. Fabrikanın tam kapasite ile çalışmasını sağlayarak düşük kar marjları ile ayakta kalabilmektedirler. Elde ettikleri karı daha sonra yatırıma dönüştürerek firmayı büyütmeyi başarabilmektedirler.

Çin'li firmaların düşük kar marjları ile çalışabilmesinin en önemli nedeni de ülkedeki ölçeklerin büyüklüğüdür. Nüfus, toprak, üretimde sayılar, istihdam, fabrika alanları büyük olduğu için üretimde de ölçek ekonomisinin faydaları olmaktadır. Firmalar, çok sayıda üretim yaparak kar marjları düşük olmasına rağmen önemli gelirler elde etmektedirler.

---

<sup>99</sup> Köz, N., Bu Kapının Arkasında Çin Var, Capital Dergisi Haziran 2006

### **3.4.1.10 Çin’de Üretim Yapacak Türk Firmaları Neler Yapmalı**

#### **3.4.1.10.1. İthalatta Nelere Dikkat Edilmeli**

Çin pazarı zor bir pazardır. Buradan mal ithal eden şirketler, bazı noktalara çok dikkat etmelidirler. Örneğin, anlaşma yapmadan önce Çinli firmanın ürününden mutlaka örnekler alınmalıdır. İthalatçı firma iyi araştırılmalıdır. Bir de sözleşmeler detaylı yapılmalıdır. Çin tarafına verilecek yükümlülüklerde mutlaka bir alt başlık olarak müeyyidelerin de olması gerekmektedir. Malın hangi tarihte gönderileceği, gönderilmezse yaptırımının ne olacağı sözleşmeye yazılmalı. Bunları yapmayan Türk firmaları ciddi sıkıntılarla karşılaşmaktadırlar. Çin’deki bazı üretici firmalar kendi ürünlerini kendileri ihraç etmektedir. Ama bazı üreticiler, ihracat yetkisine sahip olmadığı için, ihracat-ithalat yetkisi bulunan dış ticaret şirketleriyle ihracat yapmaktadırlar. Türk firmaları, Çin’den ithalat yapacakları zaman karşılarındaki firmanın üretici mi, yoksa dış ticaret şirketimi olduğuna bakmalıdır. Üretici firma değilse, ürünlerin değiştirilmesi ve kalitenin korunması gibi konularda daha dikkatli olmaları gerekmektedir. Diğer yandan, dış ticaret şirketi ile çalışmak, bu şirketler dış ticaret işlemlerini bildikleri için işlemleri kolaylaştırabilirler.

Çinli birçok firma, ithalatçı firmanın öncelikle bir ön ödeme yapmasını istemektedir. Özellikle yeni kurulan ilişkilerde, Çinli firma tanınmıyorsa dikkat edilmelidir. Onun için, ön ödemede çok dikkatli olmak gerekli. Mümkün olduğunca ön ödmeden kaçınılmaya çalışılmalıdır. Yapılacaksa, para transferi yöntemiyle değil, akreditifle gerçekleştirilmesinde büyük yarar vardır. Daha büyük alımlarda Çin firmalarından ön ödemeye ilişkin teminat mektubu istenmelidir.

İthalatta bir diğer önemli başlık ise kalitedir. Kalite kontrolü yapan firmalarla çalışmak mümkündür. Özellikle ilk kurulan bir ilişkide, ilk alımlarda, özel siparişlerde mutlaka üretime başlandığında firmadan birisinin gelip yerinde inceleme yapılması gerekir. Mal yüklenirken buraya gelip yerinde incelemek, ya da mal Türkiye’ye indirilirken buradan bir kişiyi çağırıp mal açılırken bulunmasını istemek gibi yöntemler de vardır. Bunlar riskleri azaltır.

### **3.4.1.10.2. İhracatta Nelere Dikkat Edilmeli**

Çin'e doğrudan Türk ürünü satabilmek istiyorsanız, finansal bakımdan güçlü olmanız, sabırlı davranmanız ve tanıtım yapmanız gerekmektedir. Tanıtımın en basit yolu, mümkün olduğunca fuarlara katılmaktan geçmektedir. Bu, hem iyi hem de fazla maliyeti olmayan bir yöntemdir. Çin'de ticaret yapmanın en önemli kuralı insanlara güven vermektir. O güveni verdikten sonra işler daha kolay olmaktadır. Burada iyi pazar araştırması yapmak gerekir. Rakipleriniz kimlerdir, fiyatları nasıl, hangi kanalları kullanıyorlar, nasıl reklam-tanıtım yapıyorlar onlar incelenmelidir. Pazar seçimi yaparken, ürünün Çin'de kabul görme ihtimali araştırılmalı Çin'deki coğrafi farklılıklar incelenmelidir

### **3.4.1.10.3. Ortaklıkta Nelere Dikkat Edilmeli**

Küçük veya orta boy bir şirket, Çin'in iç pazarına satış yapmak istiyorsa, yerel bir ortağa ihtiyaç duyabilmektedir. Çapınız küçükse, Çinli bir firmanın sermayesine, fabrikasına, ekipmanına ya da onun zaten var olan pazarına ihtiyacınız olabilmektedir. O zaman o firmayla belli prensiplerle ortak yatırım yapılabilir ya da ona ortak oluna bilinir.

Ortak seçerken, aday Çinli firmalar çok iyi araştırılmalıdır. Bu firma devlet firması mıdır, özel sektör müdür, özel sektör ismi ile arkada devletin hissesinin olduğu bir şirket midir bunlara bakılmalıdır. Bu şirketin ortaklık için ortaya koyduğu varlıkların gerçek olup olmadığına, şirketin ipoteği borcu olup olmadığına bakılmalıdır. Çin'de tamamlanmış bir sosyal güvenlik sistemi olmadığı için kurumlar kendi emeklilerine, hastalarına bakmak zorundadır.

Mutlaka ortaklığa gidilecekse, bu tür sorunlardan sıyrılmak ta mümkündür. Örneğin; bir Çin firmasıyla ortaklık yapacaksanız, onun mevcut yapı ile birleşmek yerine, birlikte üçüncü bir şirket kurulabilir.

#### 3.4.1.10.4. Nerede Yatırım Yapılmalı

Çin’de yatırım bölgesi seçerken öncelikle yatırımın hangi amaca dönük olduğu belirlenmelidir. Çin’de yatırım yapılan alanlar birkaç ayrı segmentte bulunmaktadır. Birincisi; merkezi hükümet tarafından onaylanmış, Çin çapına yayılmış sayısı 30’dan fazla ekonomik geliştirme bölgeleri vardır. Bunlar, merkezi hükümetin teşvik ettiği, plan ve programını yaptığı alanlardır. Bunun dışında eyaletler düzeyinde onaylanmış ekonomi geliştirme bölgeleri vardır. Onun altında şehir düzeyinde onaylanmış bölgeler vardır. Onun altında da kasaba, küçük şehir bazında onaylanmış bölgeler bulunmaktadır. En avantajlısı, merkezi hükümet tarafından onaylanmış bölgelerdir. Çünkü, oraya tanınan vergi teşvikleri diğerlerine göre daha fazladır. Merkezi hükümetin tespit ettiği bu tür ekonomik geliştirme bölgelerinde gelir vergisi oranı yüzde 15’tir. Eyalet düzeyinde onay verilen bölgede yüzde 24’tür. Diğer yerlerde ise daha yüksektir. <sup>100</sup>

Ekonomik geliştirme bölgelerinde altyapı tamamdır, fabrika arsasına kadar bütün alt yapı getirilmiştir. Fabrika kurmak istemeyen firmalar için bu bölgelerde hazır fabrika binaları vardır. Oralardan kiralama yoluna gidilebilir. İşler iyi giderse, ileride kendi fabrikanızı da kurma şansı da bulunmaktadır.

Genellikle burada verilen en büyük teşvik, firmaların kara geçtikten sonra başlamak kaydı ile ilk 2 yıl vergiden muaf olmasıdır. Ondan sonraki 3 yıl da ödenmesi gereken verginin yüzde 50’si ödenmektedir. İhracat yapan firmalar da vergi iadesi almaktadırlar. Tabii, ekonomik bölgelerin kategorisine göre değişmek üzere, bazı yerlerde özellikle ihracat işletme bölgelerinde ithal edilen ara malları vergiden muaf. <sup>101</sup>

Bu konu ile Çin’in bir tehdit mi yoksa bir fırsat mı ? olduğunu incelemiş olduk. Bu sonucu önümüzdeki 5 yıl içerisinde daha net bir şekilde göreceğiz.

---

<sup>100</sup> Rona, N., Garanti Bankası Şangay Baştemsilcisi, Capital Dergisi Haziran 2006

<sup>101</sup> Rona, N., Garanti Bankası Şangay Baştemsilcisi, Capital Dergisi Haziran 2006

**Tablo 3.14. Türkiye'nin Belli Başlı Asya Ülkelerinden Tekstil İthalatı (2005)**

	2003		2004		2004 / 2003		2005		2005 / 2004	
	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
<b>ÇİN HALK CUMHURİYETİ</b>	100,990,848	336,913,100	107,553,128	478,010,675	6.5	41.9	150,322,496	639,579,141	39.8	33.8
<b>G. KORE CUMHURİYETİ</b>	67,976,172	275,224,846	74,395,158	336,970,586	9.4	22.4	68,680,704	326,411,813	-7.7	-3.1
<b>HİNDİSTAN</b>	115,897,032	271,540,001	119,859,518	320,045,335	3.4	17.9	112,969,798	293,290,977	-5.7	-8.4
<b>PAKİSTAN</b>	60,619,453	164,320,733	60,716,725	206,216,315	0.2	25.5	81,488,152	269,809,768	34.2	30.8
<b>ENDONEZYA</b>	76,198,937	146,302,300	78,658,763	189,219,632	3.2	29.3	94,208,713	249,268,028	19.8	31.7
<b>MALEZYA</b>	38,587,466	79,101,041	45,551,812	114,749,707	18.0	45.1	69,527,739	165,411,596	52.6	44.1
<b>TAYLAND</b>	32,191,686	67,507,154	34,717,961	95,802,376	7.8	41.9	40,795,153	115,975,816	17.5	21.1
<b>TAYVAN</b>	46,426,349	80,928,209	30,387,759	67,283,651	-34.5	-16.9	28,405,528	64,993,170	-6.5	-3.4
<b>BANGLADEŞ</b>	57,919,541	33,219,542	91,542,264	61,078,770	58.1	83.9	71,739,680	58,399,432	-21.6	-4.4
<b>JAPONYA</b>	6,222,380	39,217,223	7,159,878	47,195,352	15.1	20.3	6,282,864	50,584,598	-12.2	7.2
<b>HONG KONG</b>	1,907,290	12,946,819	1,233,021	9,244,509	-35.4	-28.6	512,500	6,238,798	-58.4	-32.5
<b>VIETNAM</b>	271,526	1,084,086	3,316,817	8,417,962	1121.5	676.5	2,013,054	6,322,588	-39.3	-24.9
<b>12 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>605,208,680</b>	<b>1,508,305,054</b>	<b>655,092,804</b>	<b>1,934,234,870</b>	<b>8.2</b>	<b>28.2</b>	<b>726,946,381</b>	<b>2,246,285,725</b>	<b>11.0</b>	<b>16.1</b>
<b>DİĞER ÜLKELER TOPLAMI</b>	<b>1,167,241,560</b>	<b>3,157,634,763</b>	<b>1,236,003,103</b>	<b>3,726,996,851</b>	<b>5.9</b>	<b>18.0</b>	<b>1,384,675,376</b>	<b>3,701,535,239</b>	<b>12.0</b>	<b>-0.7</b>
<b>TÜRKİYE TEKSTİL İTHALATI</b>	<b>1,772,450,240</b>	<b>4,665,939,817</b>	<b>1,891,095,907</b>	<b>5,661,231,721</b>	<b>6.7</b>	<b>21.3</b>	<b>2,111,621,757</b>	<b>5,947,820,964</b>	<b>11.7</b>	<b>5.1</b>
<b>12 ASYA ÜLKESİ'NİN PAYI %</b>	<b>34.1</b>	<b>32.3</b>	<b>34.6</b>	<b>34.2</b>	<b>1.5</b>	<b>5.7</b>	<b>34.4</b>	<b>37.8</b>	<b>-0.6</b>	<b>10.5</b>

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr/ead/SEKTOR/sector.htm>



### 3.4.2. Türkiye'nin Belli Başlı Asya Ülkelerinden Tekstil İthalatı

Tablo 3.14'te Türkiye'nin son 3 yıldaki Asya ülkelerinden tekstil ithalatı rakamlarını incelediğimiz zaman, genel ithalat rakamı 5.9 milyar \$ (dolar) iken bu rakamın 2.25 milyar \$ ( dolar)'lık kısmını Asya ülkelerinden ithal ettiğimizi görmekteyiz. AB ülkelerinin toplam tekstil ithalatı 1.99 milyar \$ (dolar) iken, ABD'nin de tekstil ithalatı 593.9 milyar \$ (dolar)'dır. ( bu rakamlar tablo 2'de verilmişti) Bu da bize şunu gösteriyor ki, en büyük tekstil ürünü ithalatı Asya ülkelerinden gerçekleştirmektedir.

Ülke bazında rakamlar incelendiği zaman, Türkiye'nin en büyük ithalatı 639.5 milyon \$ (dolar) ile Çin'den gerçekleştirmektedir. Onu takip eden diğer ülkelerin ithalat rakamları ise şöyledir ; 326.4 milyon \$ ile Güney Kore, 293.3 milyon \$ ile Hindistan, 269.8 milyon \$ ile Pakistan ve 249.2 milyon \$ ile Endonezya'dır.

Asya ülkelerinden yapılan ithalat 2004 yılında %8.2 ve 2005 yılında da % 11 oranında artış göstererek her yıl artan bir grafik çizmiştir. Türkiye'nin bu ülkelere yaptığı ithal ürünler, tekstil makineleri ve hammaddedir. Ayrıca bunun yanında ithal tekstil kimyasalları da önemli bir yer tutmaktadır. Asya ülkelerinden yapılan ithalatın en büyük sebebi ucuz olmasından kaynaklanmaktadır. Artık Avrupa ve ABD 'deki tekstil ürünleri, rekabet edebilmek için yüksek oranlara sahiptirler.

Ülke bazında değerlendirdiğimizde , 2005 yılında en yüksek artış oranını 552.6 ile Malezya'nın, % 39.8 ile Çin'in ve % 34.2 payı ile Pakistan gerçekleştirmiştir. Rakamlardan da görüldüğü gibi Çin, öteki Asya ülkelerinden çok çok üzerinde bir ithalat rakamını gerçekleştirmiştir. Çin sadece Türkiye için değil bütün Asya, Avrupa ve ABD için de büyük bir tehlike oluşturmaktadır. Şuanda da tekstil ve konfeksiyon sektörünün en büyük kabusu "Dünyada Çin Tehdidi"dir. Çin'in son 5 yılda içerisinde çok hızlı büyümesi bütün dengelerin değişmesine neden olacaktır. İleriki 5 yıl içerisinde Çin'in dünya ekonomisini ciddi anlamda sarsacağı bütün ekonomistler tarafından düşünülmektedir.

## 4. BÖLÜM

### 4. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI VE ÇIKIŞ STRATEJİLERİ

Tekstil sektörünün, dünyadaki makro gelişmeler ve küresel ekonominin yeni boyutları karşısında aldığı pozisyon, ülkemiz tekstil sektörü için acil ve uzun vadeli stratejilerin oluşturulmasını ve önlemlerin alınmasını gerektirmektedir. Dünya tekstil sektörü, son yıllarda hızlı bir dönüşüm yaşamış, küreselleşme sürecinden diğer sektörlere göre daha fazla etkilenmiştir. Dünya tekstil sektörü yeni arayışlar neticesinde ve özellikle aşırı fiyat rekabeti ortamında gelişmiş ülkelere göre gelişmekte olan ülkelere doğru kaymış, tekstil ürünlerinin üretiminde kullanılan, işgücü, sermaye, üretim yeri, çevresel, siyasal ve yasal özgürlükler gibi faktör ve imkanların zenginliği, ucuzluğu, kullanılabilirliği ve verimliliği tekstil üretimini tamamen farklı bölgelere taşımıştır. Dünyada, bu derecede önemli gelişmeler yaşanırken Türk tekstil sektöründe yatırımların dışında çok fazla olumlu gelişmeler yaşanmamıştır.

Türk tekstil sektörünün dış rekabet gücü hızla azalmaktadır. Dünya tekstil yatırımlarının yoğunlaştığı, Hong Kong, Çin, Güney Kore, Tayvan dünya tekstil ihracatında ilk sıralarda yer almaktadırlar. Bu ülkeler aynı zamanda dünya tekstil ithalatında da ilk sırayı almaktadır. Bu ülkelerde üretim girdilerinin ucuzluğu yabancı yatırımları hızla kendilerine çekmiş ve kısa sürede özellikle Avrupalı girişimcilerin yatırımları sayesinde dünya tekstil ticareti pastasının çok büyük bir kısmına sahip olmuşlardır. Diğer taraftan, Avrupa Birliği ülkelerindeki hazır giyim üretici ve ihracatçıları, üretimlerini işçilik ücretlerinin ve coğrafik yakınlıklarından dolayı taşıma maliyetlerinin düşük olması sebebiyle Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Romanya ve Bulgaristan'a kaydırmaktadırlar. NAFTA Anlaşması'nın yürürlüğe girmesiyle miktar kısıtlamalarının ortadan kalkması ve gümrük vergilerinin düşmesi avantajından yararlanan Meksika, ABD'nin en büyük tedarikçi ülkesi olmuştur. Küresel ekonominin bu kadar ilerlediği ve böylece maliyetlerin azaldığı bir dönemde Türk tekstil üreticileri oldukça zor durumda kalmış, maliyetlerini kısımadığı, hatta kısmak bir tarafa maliyet artışını durduramadığı için tükenme noktasına yaklaşmışlardır. Sürekli küçülen sektörün

maliyetleri sürekli büyümektedir. Bu bakımdan devlet'in, Türk ekonomisinin toplam ihracatında 12 milyar dolarlık paya ve istihdamda da 2,5 milyon çalışan ile %21'lik paya sahip olan tekstil ve konfeksiyon sektörüne, maliyetlerde rekabet edebilme gücünü artırıcı önlemleri alması gerekmektedir. Devlet'in tekstil sektörü ile ilgili yeni bir sanayi stratejisi belirlemesi gerekmektedir. Gerekli düzenlemelerin yapılmaması nedeni ile, bu sektör gözden çıkarılmış bir görüntü vermektedir. Devlet, Türkiye için oldukça büyük sayılabilecek ihracatı ve istihdamı olan tekstil ve konfeksiyon sektörünü kaybetmemelidir. Tekstil sektörü, Türkiye'nin otomotivden sonra en önemli sektörü durumundadır.

Türkiye de 2006 Mart ayında tekstil sektörüne yapılan %10'luk KDV indirimi tekstilciye istenilen kolaylığı sağlamamıştır. Yapılan bu indirimden aslında tekstil ile uğraşan birçok yatırımcı yararlanamamıştır. Çünkü yatırım sadece iplikle ilgili olan kısımlar için yapılmıştır. Örneğin bir düğme üreticisi halen % 18 KDV ödemektedir. Halka da yansımaları düşünülen bu indirimin aslında maliyetlere çok önemli bir etkisi olmamıştır. Türkiye'nin bu sektörü kaybetmesi, döviz girdimizin azalması, istihdamın düşmesi, istihdamdan ve üretimden gelen vergi gelirlerinin azalması ve netice itibariyle ekonominin yeni ve daha büyük krizlere girmesi anlamına gelmektedir. Türk tekstil yatırımcıları, yatırımlarını Doğu bloğu ülkelerine, Romanya'ya, Polonya'ya ve Bulgaristan'a kaydırmış durumdadırlar. 1980'li yıllarda sonra benimsenen ihracata dayalı büyüme modeli zamanla kaybolmaktadır.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün uzun dönemde rekabet gücünün artırılması, sektörün uzun dönem yatırım planlarını sağlıklı bir şekilde yapabilmesi, ülkenin ihracata bağlı kalkınma modelinin devamı için Devlet'in ve özel sektörün alması gereken önlemler bulunmaktadır. Bu önlemlerin en kısa bir zaman içerisinde alınması gerekmektedir.

#### **4.1. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI**

##### **4.1.1. Plansız Büyüme ve Aşırı Yatırımlar**

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün en önemli sorunu 1990 yılından sonra tekstil sektörüne yapılan aşırı ve bilinçsiz yatırımlar gelmektedir. 1995 yılında Gümrük

Birliğinin de yürürlüğe girmesi ile bu pazardan çok iyi gelişmeler bekleyen kişi ve işletmeler, aşırı derecede bir yatırım yapmışlardır. Yapılan bu yatırımlar sonucunda beklentilerin 1-2 yıl sonrasında azalmaya başlaması atıl üretim kapasitelerinin oluşmasına neden olmuştur. Ayrıca alınan kredilerin geri ödenememesi sonrasında da bir çok işletme 2001 yılında iflas etmek durumunda kalmıştır. Devlet tarafından da işletmelere verilen teşvikler yanlış ve bilinçsizce kullanılarak ülkenin de zarar etmesine neden olmuştur. Bir işletme kurarken yapılması gereken fizibilitenin yapılmadan hemen ‘‘şu anda fırsat var’’ deyip pazara girmek ve sonrasında yaşanacak olayların ktu sonuçlanması kaçınılmaz olmaktadır.

#### **4.1.2. Maliyet Artışları**

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün iyi bir duruma gelmesindeki en önemli etkenlerden birisi de ucuz iş gücü, hammadde ve enerji maliyetleriydi. Fakat son yıllarda artan işgücü ve enerji maliyetleri sektörün rekabet edebilirliğini giderek azaltmıştır. Türkiye’den daha düşük iş gücüne sahip ülkelerin olması, tekstil ve konfeksiyon yatırımlarının o bölgelere kaymasına sebep olmaktadır. Tekstil ve konfeksiyon sektöründe maliyeti belirleyen 3 ana unsur bulunmaktadır. Bunlar; hammadde, işçilik ve enerjidir. Rekabet edebilirliğin unsuru, en düşük maliyetle en verimli içi yapmaktır.

#### **4.1.3. Yüksek Enerji Fiyatları**

Türkiye’de enerji fiyatlarının rakip ülkelerin enerji fiyatlarının üzerinde olması, Türk firmaların rakiplerine göre dezavantajlı olarak ihracat mücadelesine başlamasına neden olmaktadır. Devletin enerji fiyatlarını aşağıya çekmesi gerekmektedir. Çünkü Almanya, Kanada, ABD, İngiltere gibi ülkelerde enerji maliyeti 0,04 \$/KWS iken Türkiye’de bu oran 0,08 \$/KWS düzeyindedir. Hkmetin teşvikli bölgelere enerji için uyguladığı % 50 yatırım indirimi her bölge için uygulamaya konulabilir.

Devlet ayrıca petrol ve petrol ürünleri üzerindeki yüksek vergi yükünün hafifletilmesi veya işletmeler için ayrı bir teşvik olarak uygulanmasını gerçekleştirebilir.

Örneğin Türkiye’de şu zamanda 1 lt benzinin fiyatı 3 YTL iken bu benzinin esas maliyeti 0,70 Ykrş bile değildir. Devlet neredeyse 2,30 YTL vergi almaktadır.

#### **4.1.4 Ar-Ge ( Araştırma-Geliştirme) Eksikliği**

Bir işletmenin ileriye gidebilmesi için ve faaliyetlerini devam ettirebilmesi için şuan ki teknolojiyi, üretim ile ilgili gelişmeleri yakından takip ederek kendini yenilemesi ve geliştirmesi gerekmektedir. Örneğin ABD, Japonya, AB ülkeleri gayri safi milli hasıllarının %2-3’ünü Ar-Ge faaliyetlerine ayırırken Türkiye’de ise bu oran % 0,7’den bile daha azdır. Türkiye de G.S.M.H ‘nın %10’unu tek başına sağlayan tekstil ve konfeksiyon sektörünün %0.7’lik hasılanın sadece %1,5’lik bir kısmını alması da ayrıca tartışılacak bir konudur.

#### **4.1.5. Markalaşma Eksikliği**

Bir tüketici bir tekstil ürününü alırken o ürün içerisinde kullanılan pamuğun nasıl olduğunu, nasıl işlendiğini, nasıl dikildiği vb. hakkında bilgi sahibi değildir. Tüketici ürünü alırken önce herkes tarafından tercih edilen bir ürün olup olmadığına bakar ve fiyatını da inceledikten sonra karar verir. Kendini en iyi bir şekilde tanıtmış olan firmanın ürününü satın alır. Bilinmeyen bir ürünü tercih etmez. Bir tüketicinin sadece fiziksel olarak değil aynı zamanda duygusal olarak doyumunu sağlaması gerekmektedir. İşte bu duygusal doyumunu gerçekleştirmek için iyi bir marka olmanız gerekmektedir. Eğer bir tüketici bir gömlek satın aldığı anda, satın almış olduğu pamuklu kumaştan daha fazlasını aldığına inanıyorsa ona ödeyeceği bedel de farklı olur. İşte bu bedeli ödettirebilen işletme markalaşmış firmadır. Örneğin spor ayakkabısı üreten Nike firmasının üretim tesisinin nerede olduğunu ve nasıl üretildiğini kimse merak etmez. Herkesin o markayı tercih etmesinin en büyük nedeni gücü sebebiyledir.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektöründe dünya çapında marka olmuş bir tek Mavi Jeans vardır. Öteki firmalar daha dünya standartlarına ulaşamamışlardır.

Rekabetin çok sert olması ve her geçen gün farklı ürünlerin üretilmesi marka olmamış firmaların bu sektörden zamanla çekileceğini söyleyebiliriz. Türkiye'nin fason üretici olmaktan çıkıp markalaşma yönünde ilerlemesi gerekmektedir.

#### **4.1.6. Kayıt Dışı Ekonominin Büyüklüğü**

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün en önemli sorunlarından birisi de kayıt dışı yapılan faaliyetlerdir. Devletin tekstil ve konfeksiyon sektörü ile ilgili sorunlarının üzerinde durmaması sektör içerisinde yer alan işletmelerin rekabet edebilir durumda olabilmesi için kayıt dışı işlemler yapmasına neden olmaktadır. Kayıt dışı çalışan tekstil ve konfeksiyon işletmeleri, rekabet ortamının bozulmasına, haksız rekabete, makine parkının bilinmemesine, istihdam bilgilerinin yetersizliğine neden olmaktadır. Bu verilerin eksik olması gelecek için yapılacak tahminlerin yanlış yorumlanmasına neden olacaktır. Bir çok işletme sigortasız işçi çalıştırabilmektedir. Bir çok mal irsaliyesiz alınıp irsaliyesiz olarak satılabilmektedir. Bu da düzgün çalışan işletmelerin üretimlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe 2,5 milyon kişi çalışmakta ve 10 milyon kişiye de dolaylı olarak istihdam sağlamaktadır. Sektörde yaklaşık olarak 2 milyon kişi kayıt dışı olarak çalışmaktadır. Kayıt dışılık %80'ler düzeyindedir. Emeklilik hakkı olmadan, sağlık sigortası olmadan insan çalıştırmanın işsizlik ile de birleşerek vahim sosyal, psikolojik ve toplumsal sorunlar doğuracağı kaçınılmaz bir gerçektir. Bu durum sosyal güvenlik kurumlarının dengesini ve verginin adil dağılımını bozmakta, vergi kaybına yol açmakta ve kamu açıklarını da arttırmaktadır.

#### **4.1.7. Kur Riski**

Bir çok ihracatçı gibi tekstilcilerde kur riski ile karşı karşıyadırlar. Son 3 yıl içerisinde Türkiye'de kurların düşmesi tekstil ve konfeksiyon sektöründe ihracat yapan firmaları çok olumsuz etkilemiştir. Türk Lirasının değer kazanması ülkedeki ihracatı olumsuz yönde etkilemiştir. İhracatta rakamlar çok fazla olmasına rağmen karlar düşük

seviyede seyretmiştir. Şuan itibariyle, doları(\$)'ın 1.5 YTL, Euro'nun da 1.9 YTL'nin altında olmaması gerekmektedir.

#### **4.1.8. Pazarlama Sorunları**

Çok geniş bir pazarlama yelpazesine sahip olan Türkiye'nin bu çalışmalarını iyi değerlendiremediği bir gerçektir. Türkiye'de işletmeler klasik pazarlama yöntemlerinin dışına çıkamamışlardır. Hedef pazar belirlemede, müşteri gruplarının seçiminde ve fiyatlama politikalarında yeni ve değişik stratejiler geliştirememektedirler. Bütün firmalar tek bir Avrupa pazarına yönelerek , aslında birbiri ile rekabet etmektedirler. Bu da fiyatlara olumsuz olarak yansımaktadır.

Pazarlama konusunda başarıya ulaşabilmek için de en önemli temel etkenler ; marka, moda yaratmak, hızlı ve zamanında teslimattan geçmektedir. Bu sayede dış pazarda daha kolay tanınarak çabuk mal satma ve ihracat artışı da gerçekleşecektir.

Türkiye'de ki bir çok işletmenin en büyük pazarı AB pazarıdır. Eğer bu pazarda bir kriz olursa veya ufakta olsa bir daralma söz konusu olursa Türkiye'deki tekstil ve konfeksiyon firmaları da büyük bir krizin içine girme durumu ile karşı karşıya kalacaklardır.

#### **4.1.9. Kotaların Kalkması ve Çin Faktörü**

Çin tekstilinin aşırı, acımasız ve haksız rekabeti çok önemli bir sorundur. Özellikle temel ve standart tekstil ürünlerinde Çin firmaları ile rekabet etmek mümkün değildir. Kotaların 2005 yılında kalkması ile tekstil ve konfeksiyon sektöründe Çin gibi büyük bir dev üreticinin büyük avantajlar elde edecek olması tekstil üreticisi ülkeler arasında büyük bir korkuya neden olmuştur. Kalkacak olan kotalar sonrasında Çin daha kolay bir şekilde ABD ve AB pazarına girebilecektir. Ayrıca kotaların kalkmasından sonra Çin malları Türkiye pazarına da çok kolay bir şekilde girecektir. Bu tehlikelere karşı Türkiye'nin almış olduğu ilk önlem, tüm tekstil ve konfeksiyon kategorilerinde 12 ay süre ile koruyucu kota kısıtlamasına gitmek olmuştur.

#### **4.1.10 KDV Oranının Fazla Olması**

Türkiye’de katma değer vergisi öteki tekstil üreticisi ülkelere göre çok fazladır. Devlet bu konuda ilk adım olarak %18 olan Kdv oranını %8’e çekmiştir. Fakat bu oran bütün tekstil ürünleri için geçerli değildir. Bütün tekstil ürünlerinde Kdv oranının %8 olması gerekmektedir. Çünkü maliyetleri etkileyen kalemlerden biri de devletin almış olduğu vergidir.

#### **4.1.11. Finansal Sorunlar**

Sektördeki firmaların büyük çoğunluğunun KOBİ’lerden oluşması ve KOBİ’lerinde sermayelerinin yetersizliği, işletmelerin bozuk finansal yapılarının temelini oluşturmaktadır. Öz Kaynaklarının yetersiz oluşu, global kriz ve uzak doğu rekabetinin artması firmaların mali yapılarının bozulmasına neden olmuştur. Yatırımların büyük çoğunluğu yüksek faizli ve kısa vadeli borçlanma araçları kullanılarak yapılmıştır. Türkiye’deki ekonominin de belirsiz oluşu ve alınan kredilerin zamanın da ödenememesi firmaları aşırı derecede zorlamıştır.

Temmuz 2006 yılı itibariyle bankaların kullandırmış olduğu kredilerden %5.8 pay alan tekstil sektörünün, batık kredi oranı %22.5 seviyelerine kadar yükselmiştir. Sektör bazında en fazla batık krediye tekstil sektörü sahiptir. Sektörün zamanında ödeyemediği ve bankalar tarafından tasfiye olunacak kredilerin toplam tutarı 1 milyar 196 milyon YTL’dir.<sup>102</sup>

#### **4.1.12. Dahilde İşletme Rejimi**

Dahilde işleme rejimi; ithal edilen bir ürünün yurt içinde işlenip tekrardan yurt dışına satılmasını teşvik eden bir mevzuattır. Yeterli yerli üretim ve hatta fazla üretim kapasitesine sahip olan ülkemizde dahilde işleme rejiminin uygulanması ve halen bunun büyük boyutlarda devam etmesi ithalat-ihracat dengesi açısından büyük olumsuzluk

---

<sup>102</sup> [www.aksam.com.tr/haber.asp?a=52771,6& tarih=12.09.2006](http://www.aksam.com.tr/haber.asp?a=52771,6& tarih=12.09.2006)



oluşturmaktadır. Türkiye üretici bir ülke olmaktan çıkıp fasoncu bir ülke konumunda yer almış olacaktır.

#### **4.1.13 Kalifiye Eleman**

Bir ürünün kalitesini ve ürün çeşidini etkileyen unsurlardan biri de kalifiye iş gücüdür. Kalifiye iş gücünün yetişmemesi ve sürekliliği konusunda karşılaşılan sorunlar ihracat firmalarını olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle konfeksiyon alanında marka üreten firmalar için kalifiye eleman çok önemlidir.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektöründe, üretim aşamasında bir kalifiye eleman sıkıntısı yoktur. Bu sıkıntı tasarım, dizayn gibi bölümlerde yaşanmaktadır. İhracat yapılan her ülkenin giyim tarzları ve kültürleri farklıdır. Bu tarzları oluşturmak ve bir sentez haline getirip sunabilecek kalifiye eleman bulmak zordur.

#### **4.1.14 Makineleşme Eksikliği**

Tekstil makinalarının büyük çoğunluğunun gelişmiş ülkeler tarafından üretiliyor olması ve tekstil sektöründe teknolojinin her geçen gün yenilenmesi yeni makinaların alınmasına neden olmaktadır. Makine bakımından dışa bağımlı olan Türk tekstil sektörü rekabet edebilmek için her 5-10 yılda bir makinalarını değiştirmek zorundadır. Kullanılan makinaların fiyatlarının çok yüksek olması, yedek parçalarının da gelişmiş ülkeler tarafından üretilmesi, bir makinanın da kendini 3-4 yıl içerisinde amorti etmesi göz önüne alındığında bu dışa bağımlılıktan çıkamaz ise 5-10 seneye kalmaz bu sektörden de çekilmek zorunda kalacağı kesindir.

#### **4.1.15 Bürokratik Engeller**

Türkiye'deki bürokrasinin hantal olması, hukuki alt yapının eksik oluşu, fikri mülkiyet haklarının korunmaması gibi sorunlar sektördeki artış hızını ve ihracatımızı olumsuz yönde etkilemektedir. Mal alış verişi yapılan ülkeler ile ilgili yapılmayan ikili anlaşmalar ihracatın da geç yapılmasına ve maliyetli olmasına neden olmaktadır. Bu

anlamda sanayici ve hükümet arasında sağlıklı ve düzenli bir bilgi akışı olmadığını söyleyebiliriz.

#### **4.1.16. Teşvik Sorunu**

Bir sektörün etkin bir hale gelmesi veya etkinliğini sürdürebilmesi için Devlet Teşviklerine ihtiyacı vardır. Devlet bu zamana kadar tekstil ve konfeksiyon sektörü için verdiği teşvikleri bir stratejiye dayandırmadan plansız bir şekilde dağıtmıştır. Bu düzensiz uygulamalar bazı tekstil alt sektörlerinde aşırı kapasitenin oluşmasına izin vermiştir.

Teşvik kapsamındaki il sayısı 2006 yılı itibariyle 49 olmuştur. Fakat iller belirlenirken, milli gelir düzeyi değil sosyal gelişmişlik esas alınmaktadır. Teşvik alan bir ildeki tekstil işletmesi ile teşvik almayan bir ildeki tekstil işletmesi arasında haksız rekabet oluşmaktadır. Modernizasyon ve yenileme dışında, mevcut kapasite artırımına ve geliştirilmesine yönelik yatırımlar teşvik edilmelidir. Bunun için teşvik uygulamalarını yeniden düzeltilmelidir.<sup>103</sup>

#### **4.1.17 Yabancı Yatırımcı Teşvik Edilmemektedir**

Yabancı yatırımlar yeterince teşvik edilmemektedir. Bu nedenle de yabancı yatırımcılar Türkiye'ye gelmemektedirler. Yapılacak olan yatırımlar başka ülkelere yapılarak yabancı sermaye kaçırılmaktadır. Yabancı tasarımcıların da Türkiye'ye gelmesi teşvik edilmelidir.

#### **4.1.18. Ulusal Rekabet Politikası Eksikliği**

Bir çok yabancı mal Türk pazarına rahatlıkla girmektedir. Fakat aynı ülkeler, Türk tekstil ürünleri için kotalar ve yüksek gümrük vergileri koymaktadırlar. Bunun için ulusal bir rekabet politikasının oluşturulması ve uygulamaya geçmesi gerekmektedir. Türkiye açık pazar haline getirilmemelidir.

---

<sup>103</sup> Tekstil Sektörü, Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Öz-İplik İş Sendikası-Ankara, Mart 2005

#### **4.1.19. Sektör İle İlgili Bilgi Eksikliği**

Sektör ile ilgili bir veri tabanı yoktur. Kayıt dışılığın fazla olması nedeni ile gerçek verilere ulaşamamaktadır. Birkaç tekstil işletmesi dışında İMKB (İstanbul Menkul Kıymetler Borsası)'ye kayıtlı firma bulunmamaktadır. Bunun en büyük nedeni ise işletmelerin denetim altında fazla olmak istememesinden kaynaklanmaktadır. Tekstil Sektöründeki bütün firmalar kayıtlarını resmi ve gayri resmi olarak takip etmektedirler. Bilançolarındaki rakamlar aslında gerçeği yansıtmamaktadır.

#### **4.1.20. Ülke İmajının Yetersizliği**

Bir ülkenin imajı ne kadar iyi durumda ise istediği sektörde istediği malları satabilmekte ve bu mallara rağbet edilmesini sağlamaktadır. Örneğin bir çok kişi sırf alışveriş için Fransa'ya gitmektedir. Fakat Fransa tekstil ve konfeksiyon konusunda bir çok ülkeye göre daha alt seviyelerdedir. Paris imajı her şeyi farklı olarak gösterebilmektedir.

#### **4.1.21. Vizyon ve Strateji Eksikliği**

Vizyon ve strateji eksikliği nedeniyle sektördeki birçok işletme gelecekte çalışmalarını hangi yöne çevirecekleri konusunda bir belirsizlik içerisinde. Bu durum tekstil sektörünü gelecekte sorunlarla karşı karşıya bırakacaktır. Strateji belirleme konusunda işletmelerin; devlet, ticaret odaları ve üniversitelerle iş birliği içerisinde olması gerekmektedir. Doğru stratejiler işletmeler için uzun süreli bir hayat anlamı taşımaktadır.

#### **4.1.22. Diğer Etkenler**

- Bölgeler arası yapılan pamuk nakilleri nedeni ile farklı kalitede pamuk abraj'ının oluşması.
- Tekstil kimyasal sanayisinin gelişmemiş olması.
- Ülke içi ve dışı benchmarking alışkanlıklarının olmaması.
- Uluslar arası Ar-Ge fonlarından yararlanamama.
- Tekstil ve Konfeksiyon arasında sinerjinin bulunmaması

- Firmaların birbiri ile gereksiz çekişmesi.
- Doğalgaz, su gibi giderlerin öteki ülkelere göre daha yüksek maliyetli oluşu.

## **4.2.TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ İÇİN YAPILMASI GEREKENLER**

### **4.2.1. Devlet Tarafından Yapılması Gerekenler**

#### **4.2.1.1. Sektörün Üzerindeki Maliyet Yükü Hafifletilmeli**

Türk tekstil sektörünün en büyük zayıflığı yüksek maliyetlerdir. Tekstil sektörü ileri teknoloji ürünü makine ve ekipman kullanmakta, böylelikle en büyük gider kalemi enerji olmaktadır. Enerji ise Türkiye’de AB ülkelerine ve Uzak doğu ülkelerine göre çok pahalıdır. Türkiye’nin rekabet içerisinde olduğu ülkelerdeki enerji fiyatları 1-3 cent/kws, AB ortalaması 4-5 cent/kws iken Türkiye’de 8-9 cent/kws olması en büyük engellerden birisidir. Bu nedenle Türkiye en yüksek enerji maliyetlerine maruz kalmıştır. En azından elektrik fiyatları konusunda Avrupa normları kabul edilmeli ve enerji fiyatları Avrupa seviyesine indirilmelidir. Ayrıca, elektrik fiyatlarındaki yüksekliğin sebebi enerji bedeline ek olarak tahsil edilen fon ve vergilerdir. Tekstil sektörü üzerinde büyük bir yük teşkil eden elektrik faturaları üzerinden %3.5 oranında tahsil edilen TRT ve %8 Hazine payı, %1 Enerji Fonu ve bütün bunların üzerinden %5 oranında hesaplanarak tahsil edilen Belediye Tüketim Vergisi’nin kaldırılabilir.

#### **4.2.1.2.Kayıt Dışılık Önlenmeli**

Türkiye’de yaşanan krizlerden sonra devlete karşı bütün sorumluluklarını yerine getirmiş olan işletmeler, kayıtlı ithalatçı – ihracatçı firmalar, sigortasız işçi çalıştıran, KDV, muhtasar vergisi ödemeyen kurumlar karşısında haksız rekabete maruz kalmışlar ve bir çoğu da kapanmak zorunda kalmıştır. Bunun önüne geçilmeli ve kayıt dışı ekonomi kayıt altına alınmalı, bunun içinde acil önlemler alınmalıdır.

Kayıt içi ekonomi, yerli üretim, yabancı sermaye yatırımları ve kayıtlı istihdamın önünde en büyük engel olan ve OECD (Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü ) ülkeleri arasında, istihdam üzerindeki toplam vergi oranlarında en yüksek orana ( % 45 ) sahip olan Türkiye’de bu oranlar emek yoğun sektörler bazında ve ülke genelinde OECD’nin alt seviyelerine düşürülmelidir.

#### **4.2.1.3. KDV Oranında İndirime Gidilmeli**

KDV oranlarının yüksek olması, yanlış beyanla yapılan ithalatı desteklemektedir. Bu durum, dürüst tekstil üreticisini mağdur etmektedir. Son dönemde iplikte %10 kar marjını yakalamaya çalışan sektör, hayali işlemlerle sırf KDV’den kar sağlayan naylon şirketlerle rekabet edememektedir. KDV oranlarının yüksekliği ihracat işlemlerinin yapılmasına ve Devlet’ten haksız KDV iadesi alınmasına neden olmaktadır. Sektörü kayıt altına alabilmek için de KDV oranlarının düşürülmesi gerekmektedir. KDV oranlarının, pamukta olduğu gibi tüm elyaflarda %1, iplik, kumaş, konfeksiyon aşamalarında %4, perakende hazır giyim satışlarında %8 olarak uygulanmalıdır.

#### **4.2.1.4. SSK Primleri Üzerindeki Yük Hafifletilmeli**

Kayıtlı istihdamın, kayıtlı ekonominin ve ihracatın teşviki için gerçek üretici firmaların ödedikleri SSK primlerinin %50’si sübvansede edilmelidir. Bu sübvansiyonlar, ödenen gelir ve kurumlar vergisi, geçici vergi ve KDV’den mahsup edilerek uygulanabilir.

#### **4.2.1.5. Bankalara İhracat Kredileri İçin Kolaylıklar Sağlanmalı**

Sektörün finansal sorunlarının çözümü için bankaların tüm sektörlerle ihracat taahhüdü olmadan kısa vadeli döviz kredisi kullanılabilmelerini teminen ilgili mevzuatta gerekli değişiklik yapılmalıdır. Bankaların kullandıkları kredileri daha çok ihracata ve üretime kanallandırmalarını sağlamak için, bankaların kendi grup şirketleri dışındaki üretici ve ihracatçı firmalara kullanılabilecekleri asgari bir yıl vadeli ihracat döviz kredileri veya işletme kredileri tutarlarının belli bir oranı bankaların ödeyecekleri kurumlar ve stopaj

vergileri matrahından düşürülmeli ve bankaların bu kredilere yönelik sağladığı İhracat Döviz Kredi Fonlarındaki munzam karşılıklar sıfırlanmalı veya azaltılmalıdır.

#### **4.2.1.6. Uzak Doğudan Gelen Ürünlerin Denetimi Yapılmalı**

Devletin en büyük ihtiyacı olan vergi gelirleri, gümrüklerde yapılacak sıkı denetim ve tedbirler sonucunda doğru ithalat beyanları sağlanmış olacak, milyar dolarlık vergi kayıpları, haksız kazançlar ve haksız rekabet ciddi olarak azalacaktır.

Uzakdoğu kaynaklı haksız rekabeti denetleyecek önlemler alınmalıdır. Tekstil ve konfeksiyon ürünleri için geçerli olan ithal kotalarının doğru ve eksiksiz takibi için malın son çıkış ülkesi baz alınması yerine, orijinal menşe ülkesi kota limitleri kapsamında izlenmesi, menşe şahadetnamelerinin orijinalliğinin gümrükler tarafından incelenmesi gerekmektedir.

Gümrüklerde mutlaka Dünya Ticaret Örgütü kurallarına uygun olarak (ABD ve Meksika'nın yaptığı gibi) gelen malla ilgili ayrıntılı bilgileri ithalat sırasında istenmeli, birim ambalaj üzerinde etiketleme satıcı firma tarafından yapılmalı, orijinal menşe her ithalat için mutlaka aranmalıdır.

#### **4.2.1.7. Gümrük İdareleri Azaltılmalıdır**

Gümrük idareleri sayısı 80 milyar USD dış ticaret hacmine sahip olan Türkiye'de 160 adet gümrük idaresi bulunmaktadır. 900 milyar USD dış ticaret hacmine sahip olan Almanya da ise 69 adet gümrük idaresi bulunmaktadır. Bu nedenle gümrük idareleri azaltılırken AB normlarına uygun hale getirilmeli ve nitelikleri artırılmalıdır. Tekstil ve konfeksiyon ihtisas gümrüklerinde ise uzman kadro değiştirilmemeli veya sadece ihtisas gümrükleri içerisinde rotasyon yapılmalıdır. Kurumlar gerekli bilgi teknolojisi ile donatılmalıdır.

#### **4.2.1.8. Serbest Bölgelerin Denetimi Sıkı Olmalı**

Sınır ticareti, amacından tamamen uzaklaşmış, Türkiye'yi bir serbest bölge haline dönüştürmüştür. Tekstil sektörü bakımından incelendiğinde, sınırdan yanlış beyanla girdirilen mensucat hem Devletin vergi kaybına, hem de yurtdışında üretim yapan iplik, kumaş ve boya-kasar tesislerinin kapanmasına yol açmaktadır.

#### **4.2.1.9. AB İle Türkiye Ticaret İlişkileri İyi İncelenmeli**

Türkiye'nin milyarlarca dolarlık tekstil ve konfeksiyon yatırımını AB menşeli makine ve teçhizatlarla yapmakta, AB ile olan dış ticaret hacmi sürekli Türkiye aleyhine gelişmektedir. Bu sebeple, Türkiye için büyük bir önem taşıyan bu konularda AB ile istişareler yapılmalıdır. Öncelikle, tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin AB içinde serbest dolaşımında olabilmesi için AB Gümrük Birliği menşe kurallarına konulması için Türkiye AB nezninde girişimlerde bulunabilir. AB'nin üçüncü dünya ülkeleri ile yapacağı tüm serbest ticaret anlaşmalarında özellikle emek-yoğun sektörler (tekstil, konfeksiyon ) için mutlaka Türkiye'nin haklarının ve çıkarlarının gözetilmesi sağlanmalıdır.

AB, bugüne kadar tüm Dünya Ticaret Örgütü ( DTÖ ) görüşmelerinde Türkiye'nin aleyhine, AB Ortak Gümrük Tarifelerini tekstilde ortalama % 4 hazır giyimde % 10 seviyelerine düşürerek pazarını üçüncü ülkelere karşı tek taraflı olarak açmış ve AB pazarını özellikle tüm emek yoğun sektörlerde ithal cennetine çevirmiştir. Türkiye, AB'nin bu tek taraflı tarife indirimlerinden ve AB pazarının sınırsızca üçüncü ülkelere açılmasından büyük ekonomik zarara ve istihdam kayıplarına uğramıştır.

#### **4.2.1.10. Tekstil Makineleri Yedek Parçası Üretimi Teşvik Edilmeli**

Devlet'in teşvik konusunda da alması gereken önlemler vardır. Türkiye tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin ihracından elde ettiği dövizini tekstil makineleri alabilmek için tekrar yurt dışına çıkarmaktadır. Bu nedenle özel ihtisas gerektiren örme, dokuma ve konfeksiyon sektörleri ile beraber tekstil makineleri yedek parçası üretimi de teşvik edilmelidir. Çünkü en yüksek katma değer bu alt sektörlerden elde edilmektedir.

#### **4.2.1.11. Devlet Kurumları Arasında İşbirliği Sağlanmalı**

Dış Ticaret Müsteşarlığı, Gümrük Müsteşarlığı gibi dış ticaret ile ilgili kurumlar bir araya getirilerek gümrük ve anlaşmalarla ilgili işlemlerde yeknesaklık sağlanması, bürokrasinin rahatlatılması ve ihracatın kolaylaştırılması açısından optimum bir uygulama yürürlüğe konmalıdır.

Ülke ekonomisinin en önemli kolu olan tekstil sektöründe neredeyse bir sahipsizlik göze çarpmaktadır. Hükümetlerin değiştikçe, değişmeyen bir uzun vadeli tekstil politikası olmalıdır. Koordinasyon her dönem hükümet değişiminde aynı kalmalıdır.

#### **4.2.1.12. Türkiye AB Danışma ve Karar Alma Mekanizması İçinde Yer Alabilir**

Türkiye, AB'nin üçüncü dünya ülkeleri ile yaptığı Türkiye'nin ve Pan Akdeniz Ülkelerinin ekonomik ve sosyal çıkarlarına aykırı olan ve sadece AB'nin çıkarlarına yarayan Serbest Kota ve Ticaret Anlaşmasına tek taraflı olarak tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin dahil edilmesine AB nezninde engel olmalı, AB ile Gümrük Birliği içinde olan ülkelerin müzakerelere doğrudan katılması sağlanmalıdır.

### **4.2.2. Özel Sektör Tarafından Yapılması Gerekenler**

#### **4.2.2.1. Markalaşmaya Gidilmeli**

Gelecekte oluşacak olan tekstil ve konfeksiyon pazarı moda ve marka'ya dayanacaktır. Modayı yaratamayan ve markalaşamayan tekstil ülkeleri gelişmekte olan ülkeler sınıfında yer alarak seri ürün üreten ülkeler ile yarışmak zorunda kalacaklardır. Böylece katma değeri yüksek olan ürünler üretemeyerek zaman içinde yok olma tehlikesi ile karşılaşacaklardır.

Türkiye'nin, dünyada en büyük arz fazlalığının yaşandığı ucuz tekstil ürünlerinde üretimine devam etmesi, başta Çin ve Hindistan olmak üzere bir çok Asya ülkesi ile rekabet etmeye çalışması, yapabileceği en büyük hata olacaktır.



Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü'ne özgü tasarım, kalite, verimlilik, pazarlama ve dağıtım yeteneklerini daha da geliştirerek üst sınıf moda'ya yönelik ürünler ve moda-marka ürünler grubuna yönelmesi şarttır.

#### **4.2.2.2. Çok Fonksiyonlu Akıllı Tekstil Ürünleri Pazarına Girilmeli**

Eskiden insanlar giysi satın alırken birinci derecede önem verdikleri husus görünüm ve kaliteyken şimdilerin tercihlerinde ise konfor ve sağlık ön plana çıkmaktadır. Sağlık, güvenlik ve bilişim alanlarında olmak üzere, bugün hayal bile edemeyeceğimiz her türlü alanda ek hizmetler de verilmesini ek fonksiyonlarda sağlamasını istemektedirler. Geleceğin tekstil ürünlerini bu beklentileri gerçekleştirecek olan çok fonksiyonlu tekstiller oluşturacaktır. Elektromanyetik dalgaları filtre eden kumaşlar, bacakları nemlendirici ve besleyici (E vitamini) bayan çorapları, selülitleri önleyici bayan çorap ve pantolonları, bitki özü sağlayan yatak takımları v.b. çok fonksiyonlu ürünler bugün piyasada bulunan örneklerdendir. Giyenlere rahatlığı sağlayacak (terletmeyen, üşütmeyen, sıcak tutan vb.) tekstil ürünleri zamanla daha da gelişecektir. Şuanda ilerisi için en önemli pazarın interaktif (çok fonksiyonlu) tekstil ürünleri pazarı olduğunu söyleyebiliriz. Bu pazardan faydalanacak olanlar, bilgi yoğun ürünleri araştırıp geliştiren ülkelerin olacağını göz önüne alırsak, Türkiye'nin de bu ürünleri araştırıp geliştirmeye başlaması şarttır. Çünkü bu ürünlerin sağlayacağı katma değer çok fazla olacaktır. ABD, AB, Japonya gibi bilgi toplumu ülkelerin daha şimdiden çok fonksiyonlu akıllı (interaktif) tekstil ürünlerini araştırıp geliştirmeye başlaması ve bu özel ürünlerin fikri ve mülkiyet haklarını daha şimdiden koruma altına almaya başlaması, bu ürünlerin uzun yıllar bu bilgi toplumu ülkeler tarafından üretileceği kesindir. Fakat Türkiye bu konu hakkında hiçbir çalışma yapmamaktadır.

#### **4.2.2.3. Ar – Ge Faaliyetlerine Ağırlık Verilmeli**

Türkiye'de devlet tarafından çok az bir şekilde desteklenen Ar – Ge faaliyetleri özel sektör içerisinde yer alan firmalar tarafından daha fazla üzerinde durulması gerekmektedir. Sadece günü kurtarma mantalitesi ile hareket eden tekstil üreticileri zaman geldiğinde

kenara sıkışıp çıkmazda kalacaklardır. İlerisini de göremedikleri ve bilgilendirilmedikleri için bu sektörden zamanla ayrılmak zorunda kalacaklardır. Türkiye'nin en büyük eksikliği olan eğitimli işgücünü devlet bu sektöre sağlayamıyorsa, firmaların her şeyi devletten beklememesi gerekmektedir. Özel sektörün kendi çabaları ile de bu sorun çözülebilir.

Ar - Ge'ye önem vermelidir. Çünkü birkaç sene sonra akıllı giysilerin ve tekstil ürünlerinin önem kazanacak olması bu sektördeki pazarın buraya yönelmesine neden olacaktır. Geleceğin tekstil ürünleri son derece bilgi yoğunlardır ve uzun süreli Ar – Ge çalışmaları sonucu geliştirilebilmektedir. Bunun için bir an önce Ar – Ge uzmanlarının yetiştirilmesi ve alt yapının hazırlanması gerekmektedir. Bunu sadece akıllı tekstil ürünleri için değil hayatımızın öteki yılları içinde rahat edebilmek için Ar – Ge çalışmalarını desteklemeli ve bunlardan yararlanmalıyız.

#### **4.2.2.4 Verimlilik Üzerine Odaklanılmalı**

Sektör kapasite arttırmak yerine verimlilik artışı ile teknolojik yenileme ve geliştirme üzerinde durmalıdır. Konfeksiyon sektörü emek yoğun bir sanayi dalı olmaktan kurtarılmalı ve teknolojik değişim verimlilik ile gerçekleştirilmelidir.

#### **4.2.2.5. Entegrasyona Gidilmeli**

Zayıflayan sektörü tekrardan güçlendirmek için yapılan tek yol birlikte hareket etmek olmalıdır. Bir çok KOBİ ölçeğindeki firma tek bir çatı altında toplanarak birleşmelidir. Birleşme yoluna giden firmalar bütün işlemlerini tek kalem altında gerçekleştirecekler ve bir çok masrafa da ortak olmuş olacaklardır.

#### **4.2.2.6. Yeni Pazar Arayışına Gidilmeli**

İhracat ağırlığını AB pazarının üzerine yoğunlaştırmış olan Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü pazar çeşitlenmesine gitmelidir. Tek bir pazara hitap ederek bu pazara karşı bağımlı kalınır ve fiyat üzerinde de söz sahibi olma hakkı da ortadan kaybolur. Ayrıca yeni pazar Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün o ülkelerde de tanıtımı içinde

artı bir özellik katacaktır. Bir gün sıkışacak olan AB pazarında Türkiye'nin de sıkışmaması için pazar çeşitlendirmesini gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Örneğin bir Rusya pazarında Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü ağırlığını arttırabilir. Son 3 yıldan beri Rusya'ya karşı bir artış grafiği çizen konfeksiyon ticareti ikili ilişkilerle arttırıla bilinir.

#### **4.2.2.7. Moda Yakından Takip Edilmeli**

Konfeksiyon sektöründe başarılı olabilmek için moda yakından edilmelidir. Bir ürünü yalnız kaliteli bir şekilde kesip dikmek yeterli değildir. Başarılı olabilmek için dünya kültürleri ile bütünleşmiş, ilgili ülkelerin zevklerini iyi bilen, yetenekli ve tecrübeli stilist ve modelistler yetiştirilmelidir. Yaratıcı koleksiyonlar ve kreasyonlar hazırlanmalıdır. Türkiye'ye her yıl dünya çapında modacılar davet edilerek moda günleri düzenlenmelidir.

#### **4.2.2.8. Kaliteli Ürünler Tercih Edilmelidir**

Dünya pazarında rekabet edebilmek için ucuz ürün ile çalışmak artık yeterli değildir ve bu nedenle de kaliteli ürünlere yönelinerek kalitenin sürekliliği sağlanmalıdır. Tam zamanında üretim ve kalite rekabet koşulları çerçevesinde tekstil sektörüne Toplam Kalite Yönetimi kavramının yerleşmesi sağlanmalıdır. Elektronik tedarik zinciri yönetimi kullanılarak geleceğin alt yapısı oluşturulmalıdır. Çünkü bu sistem gelecekte mecburi bir sistem haline gelecektir. Bu bilgileri sağlayan kuruluşlar ile hemen işe başlanmalıdır.

Türkiye, düşük kalitede iplik ve kumaş üreterek Pakistan, Hindistan, Çin gibi Uzakdoğu ülkelerinin rakibi olmamalıdır. Türkiye, konfeksiyon sektöründe kendi markasını yaratarak, İtalya, Fransa ve İngiltere gibi ülkelerin rakibi olmalıdır.

#### **4.2.2.9. İşletmeler Arasında Birlik Oluşturulmalı**

Tekstil şirketleri bir araya gelerek sorunlarına ortak çözümler arayabilmeli, sektörel birlikler oluşturulmalı, Ar-Ge, eğitim ve değişik yatırımlar birlikte yapılmalı. Sektör için

kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlenmeli, vizyon oluşturulmalı ve dünyadaki tekstil gelişmelerine göre izlenecek stratejiler belirlenmeli, ilgili stratejiler bütün işletmelere ve yöneticilere anlatılmalıdır.

#### **4.2.2.10. Tekstil ve Konfeksiyon Kolları Arasında Bir Sinerji Sağlanmalı**

Tekstil ve konfeksiyon sektörü'nün güçlü yapısını devam ettirebilmesi için ve daha da güçlenmesi için tarımdakiler, üretimdekiler, ipliktekiler, dokumadakiler, örmedekiler, boya terbiyedekiler ve konfeksiyondakiler bir bilinç içinde ortak olarak çalışmalıdırlar. Firmalar arası koordinasyon sağlanmalıdır.

#### **4.2.2.11. Eğitim – Öğretime Önem Verilmelidir**

Tekstil ve konfeksiyon eğitim – öğretimi yapan orta öğretim kurumları başta olmak üzere lisans ve yüksek lisans öğretimi yapan kurumlar ile tekstil sektörü yakın ilişkiler kurmak zorundadır. Bu şekilde kendi çalışma alanları için teknik, becerikli ve donanımlı elemanlar bulabilir. Bir üniversite ile iş birliği yapılarak oradaki öğrencilere finans kaynağı sağlanarak onların bilgisinden yararlanılabilir. Fakat Türkiye'de bir çok tekstil ve konfeksiyon işletmesi bunu gereksiz yapılan bir harcama gibi görmektedir.

#### **4.2.2.12. Asya Pazarı Yakından Araştırılmalı**

Gelişmiş ülkelerin tedarik kaynaklarını Asya ülkelerine kaydırdıkları dikkate alındığında, işgücü ve diğer girdi maliyetleri açısından pahalı duruma gelen Türk üreticisi firmaların da Asya'da gelişmekte olan ülke pazarındaki işbirliği imkanlarını şimdiden araştırma faaliyetlerini yoğunlaştırması gerekmektedir.

## SONUÇ

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü 1980’li yıllarda başlamış olduğu hızlı büyüme ve gelişme ivmesini 25 yıldan beri sürdürmektedir. Ülke kayıtlı istihdamının %11’ini ve kayıt dışı istihdamında %25’ini karşılamaktadır. Tekstil ve konfeksiyon ülkenin en önemli sektörlerinden biri konumundadır.

Pamuk üretiminden hazır giyim üretimine kadar güçlü bir potansiyele sahip olan Türkiye tekstili, dünya çapında da söz sahibidir. Tekstil sektörü, Türkiye ekonomisi içinde en yüksek 2.paya sahip ve üretim – ihracat bakımından tüm endüstri daları arasında 2. sırada (otomotiv sektöründen sonra) yer almaktadır. Bu sebeple tekstil sektörü, Türkiye için stratejik önemi olan bir sektör konumundadır.

Türk tekstil sektörünün bu kadar hızlı gelişmesinin en önemli faktörleri; ucuz iş gücü, hammaddeyi üretmesi ve AB ülkelerine yakın olunmasıdır. Bu avantajlarını iyi bir şekilde kullanmış olan Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, büyümüş ve kendine iyi bir yer edinmiştir. Son yıllardaki gelişmeler ise sektörün çok hızlı büyüyerek plansız yatırımlar yaptığını, maliyet avantajlarını yavaş yavaş yitirmeye başladığını, ekonomik krizlerle büyük sarsıntılar yaşadığını ve markalaşamayarak sektördeki avantajını zamanla kaybetmeye başladığını göstermektedir. Sektör bu olumsuzlukları yaşamasına rağmen halen tekstil sektöründe dünyada 2. sırada bulunmaktadır. Bunun en önemli sebepleri; hızlı mal teslim etmesi, yeterli alt yapının olması, iyi bir makine parkuruna sahip olması, AB ülkelerine yakın olması, esnek üretim yapısı, ürün çeşitliliği gibi etkenleri sıralayabiliriz.

Türk tekstil sektörü, Avrupa’nın sahip olduğu yüksek katma değerli ve kaliteli ürünleri ile Çin’in rekabet edemeyecek kadar ucuza ürettiği basit ürünler arasında kalmış ve çıkış arayan bir sektör konumundadır.

Türkiye, tekstil sektöründen vazgeçmeli mi, yoksa bu sektördeki faaliyetlerine devam mı etmeli sorusu sıkça sorulmaktadır. Bu şekilde üretime devam edilirse Türkiye’nin uzak doğu ülkelerindeki rakipleri ile rekabet etme şansı azalacaktır. Fakat İtalya’nın yapmış olduğu emek-yoğun olmak çıkıp, markalaşarak ve katma değeri yüksek

ürünlere yönelerek, kaliteli kumaşlar üreterek faaliyetlerine devam ederse bu sektörde hala kalıcı ve etkili olabilir.

Birçok büyük firmanın yapış olduğu gibi, Türkiye’de Asya pazarına girerek fason üretim yaptırıp ucuza mal temin edip satabilir. Bu da Türk tekstil firmaları için 3. bir yol olarak düşünülebilir. Bu şekilde faaliyet gösteren bir çok Türk firması mevcuttur.

Kotaların kalkması sonrasında AB ülkeleri pek fazla bir zarar görmeyeceklerdir. Çünkü AB ülkelerinin tekstil sektöründe yarışıkları kulvar farklıdır. Onlar katma değeri yüksek olan tekstil ürünlerini yani akıllı tekstil mallarını üretirlerken aslında kendileri için Çin pazarına girme fırsatı da yakalamaktadırlar.

Türkiye için bu kadar büyük öneme sahip olan bu sektörün yeniden bir durum değerlendirmesi yapması, fırsatları ve risklerini ortaya koyarak; fırsatlarını nasıl koruyacağını, risklerinden de nasıl kaçınacağını belirlemesi gerekmektedir. Değişen tüketici istekleri ve sınırsız bir ürün çeşitliliğine sahip dünya piyasalarında ayakta kalabilmek için, çağı yakalamak ve yeni teknolojik ürünler sunmak gerekmektedir.

Türkiye’de 1990’lı yıllarda yeni bir dönem başlamış ve şirketlerde kendi yerlerini almak için mücadele vermeye başlamışlardır. Bu mücadelede işletmelerin kullandıkları silahlar değişmeye başlamıştır. Bu silahlar, yüksek ürün ve hizmet kalitesi, müşteri merkezli yönetim politikaları, çalışanlara yönelik tutum ve davranışlar, tepe yönetimlerin oluşturacağı strateji ve vizyondan oluşmaya başlamıştır. Sektörün karşılaştığı fırsatlardan yararlanabilmesi ve risklere karşı stratejiler geliştirebilmesi için iki şeyin doğru olarak yapılması gerekmektedir. Öncelikle kendi zaafiyetlerini ortadan kaldırması, yönetim kalitesini düzeltmesi ve geliştirmesi sağlanmalıdır. Sonra da devletin düzenleyici ve danışmanlık rolünü iyi ve doğru yapması sağlanmalıdır.

Devletin tekstil ve konfeksiyon sektörü ile ilgilenmesi ve belirli avantajları sağlaması gerekmektedir. Tekstil ve konfeksiyon alanında çok iyi bir yere sahip olan Türkiye’nin bu yerini kaybetmemesi gerekmektedir. Devletin tekstil sektörünü eskisi gibi ağırlık vermediğini görmekteyiz.

Devlet, sektör kuruluşları ve tek tek firmalar, İstanbul gibi büyük bir şehri ‘‘Moda Merkezi’’ne dönüştürmesi, dünya çapındaki modacı ve tasarımcıların ülke dışından istihdam edilmesi ve yerli tasarımcıların yetiştirilmesi, markalaşmaya ağırlık verilmesi, dünya çapında büyük mağazalar zincirlerinin oluşturulması ve mevcut ortaklık kurulması gibi stratejiler geliştirilmelidir.

## KAYNAKLAR

1. AB – Türkiye Gümrük Birliği, <http://www.deltur.cec.eu.int/abrefah.rtf>
2. AB-Gümrük Birliği'nin Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayine Etkisi, <http://www.tekstilisveren.org.tr/turkce/yayinlar>
3. ABD Ekonomisi ve Türk - Amerikan Ekonomik İlişkileri, Kasım 2004, TAİK, <http://www.turkey-now.com/db/docs/20041126101426ABDEkonomisi-ikili-Kasim04.pdf#search=%22amerikan%20tektstil%20anla%C5%9Fmas%C4%B1%22>
4. Arısoy, E., Bayar, G. ve Soranlar B., Temmuz 2004, "Asya'nın Devi: Çin Halk Cumhuriyeti", <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/temmuz2004/asya1.htm>
5. Altunyıldız, Z., "Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Zorlaşan Uluslar arası Rekabet ve Çin Tehdidine Karşı Alınabilecek Tedbirler", <http://www.igeme.org.tr/tur/bakis/sayi%2026/bakis2614.htm>
6. Akagündüz, M., "Gümrük Birliği Öncesi ve Sonrasında Türkiye İle AB Ülkeleri Arasındaki İthalat İhracat İlişkileri", [http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/mustafa\\_akgunduz.pdf](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/mustafa_akgunduz.pdf)
7. Aras, G., 2006, "Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği", Mart Matbaası, İstanbul
8. ARI, S., BİLGİN, H., KARABULUT G., 2004, "Türk Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü Analizi ve Rekabet Gücünü Arttırıcı Politika Önerileri", İTKİB, Kitap Matbaacılık
9. Berksoy, T., 2004, "Avrupa Birliği Üzerine Yazılar", Semaye Piyasası Kurulu, Ankara





22. Efe, B., ‘‘2005 Sonrasında Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Rekabet Gücünü Nasıl Koruyacak?’’,<http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres/7475BDA1-95B7-4855-B351-9AD>
23. Geçici Rapor1, Eylül 2003, ‘‘2005 T/G Liberalleşmesi’’, IMF ve Ortakları,
24. Gürkan, Ö.,ve Ayaş, N.,2004, ‘‘Denizli Tekstil Kümesinde Bölgesel Rekabet Gücünün Belirleyenleri’’, Muğla Basımevi, Muğla
25. Gönel, F.D., Nisan 2001, Tekstil Sektöründe Endüstri-İçti Ticaret  
<http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan2001/tekstil.htm>
26. GÜDÜKKURT, İ., IWTO2004-EVIAN,  
<http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/agustos/iwto.html>
27. Gümrük Birliğinin Türk Ekonomisi Üzerindeki Etkilerini İzleme Projesi,  
<http://www.die.gov.tr/PROJECTS/GUMRUK/gumruk.html>
28. ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstil ve Hazırgiyim Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu
29. İnce, M.A., ‘‘Tekstil Terbiye Sektörünün Çözüm Önerileri’’,  
<http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/agustos/sector.html>
30. Hızlı Büyüme Hem Çin’i hem Dünyayı Korkutuyor, 2004,  
<http://www.sabah.com.tr/2004/04/16/eko107.html>
31. Kanoğlu N., ve Öngüt E.,2003, ‘‘Dünya’da ve Türkiye’de Tekstil – Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiyenin Rekabet Gücü’’, DPT Yayın No:2668
32. KOSGEB Saha Araştırma Çalışması Ön Değerleme Raporu  
<http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/43/TARİHSEL%20GELİSİM.doc>

33. Kz, N.,Capital Dergisi Haziran 2006, Bu Kapının Arkasında Çin Var,
34. Mai ve KreselleŖme KarŖıtı alıŖma Grubu, <http://www.antimai.org/rp/rpwto4.htm>
35. Morgil, O.Prof.Dr.,’’Ekonomik Açıdan Türkiye – AB İliŖkileri ve Gümrük Birliği İŖleyiŖi’’, [http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=650&id=39](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=650&id=39)
36. Mıhçı, S. ve Akkoyunlu S.,’’Avrupa Birliği ile Gümrük Birliğinin Türk İmalat Sanayi Alt Sektörleri zerindeki Karlılık Etkileri’’,  
[http://www.ceterisparibus.net/ab/ab\\_makaleler](http://www.ceterisparibus.net/ab/ab_makaleler)
37. Nafta Hakkında Bilgi, <http://www.antimai.org/dag/inxnafta.htm>
38. Öztürk, H., <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/ocak99/dunya.htm>
39. Öztürk V.,’’AB ile Gümrük Birliği erevesinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü’’  
<http://www.turktextiles.com/tabid/55/articleType/ArticleView/articleId/5/Default.aspx>
40. Özüdoğru, T., Pamuk İpliği, [aeri.org.tr/bakis1/pamuk%20ipligi.pdf](http://aeri.org.tr/bakis1/pamuk%20ipligi.pdf)
41. Rona, N., Capital Dergisi Haziran 2006, Garanti Bankası Ŗangay BaŖtemsilcisi
42. Sektör Analizleri – Tekstil, <http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber>
43. Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler AnlaŖması  
<http://www.foreigntrade.gov.tr/ithalat/damping/SCM-TUR.doc>
44. Sayın, S.E.,2004, ’’Türk Tekstil Sektöründe Hazır Giyim Sanayinin Durumu ve İhracat Potansiyeli’’, Yüksek Lisans Tezi

45. Sezer, H.B., ve Kayaoğlu, A.F.,2003 “ Hazır Giyim Üretimi”, Gazi Kitapevi, Ankara
46. Şahinöz, E., <http://www.haber1.com/video/ana%20yazi.ppt>
47. Tekstil Sektörünün 2006 yılı Ocak-Haziran İhracat Performans Değerlemesi, 2006,  
[http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2006\\_ocak\\_haziran\\_tekstil\\_performans.pdf](http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2006_ocak_haziran_tekstil_performans.pdf)
48. Tekstil Sanayinde Anahtar Çevresel Konular  
[bcm.org.tr/pdf/tekstil%20sanayiinde%20cevresel%20konular.pdf#search=%22tekstil%20end%C3%BCstrisi%22](http://bcm.org.tr/pdf/tekstil%20sanayiinde%20cevresel%20konular.pdf#search=%22tekstil%20end%C3%BCstrisi%22)
49. Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası Aralık 2005 Dergisi
50. Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT, 2001 Ankara,
51. Tekstil Sektörünün 2006 Yılı Ocak-Mart İhracat Performansı Değerlendirmesi, İTKİB Genel Sekreterliği AR – GE ve Mevzuat Şubesi, Nisan 2006
52. Tekstilin Tarihçesi, [http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3\\_1.htm](http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3_1.htm)
53. Türkiye’de ve Dünyada Tekstil Sektörü  
[www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber\\_no=126&grup\\_no=25&bs\\_no=81](http://www.turkexport.net/trehber/oku.php?trehber_no=126&grup_no=25&bs_no=81)
54. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, <http://www.kalkinma.org/belgeler/5/tekstil-hazirgiyim.pdf>
55. Ticarete Teknik Engeller Anlaşması,  
<http://www.foreigntrade.gov.tr/anl/DTO/TEKNİK-ANL.htm>
56. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması ( TRİPS)  
<http://www.foreigntrade.gov.tr/anl/DTO/FIKRI-ANL.htm>

57. Tarakçıoğlu, I., Kasım 2004, ‘‘Tekstil Sanayii Gelecekte Nerede Üretecek?’’,  
<http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/kasim/arastirma/html>
58. Tüsiad Konjonktür Değerlemesi Raporu,  
<http://www.tusiad.org.tr/turkish/yayinlar/konjonktur>, TÜSİAD Konjonktür Değerlemesi
59. Tekstil Sektörünün 2006 yılı Ocak-Haziran İhracat Performansı Değerlendirmesi,  
[http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2006\\_ocak\\_haziran\\_tekstil\\_performans.pdf](http://www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/raporlar/dosyalar/2006_ocak_haziran_tekstil_performans.pdf)
60. TekstilSektörü,<http://www.ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/tekstil/kanoglun/rekabet.pdf>
61. Tarakçıoğlu, I., <http://www.tekstilisveren.org/content/view/189/38/1/3>
62. Tarakçıoğlu, I., AB Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayini Harcıyor mu?  
<http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi>
63. Tarakçıoğlu, I., Kasım 2004,  
<http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/kasim/arastirma/html>
64. Türk Hazır Giyim Sektörü Ufuk 2010 Yol Haritası, Global Hedefler ve Politikalar,  
<http://www.viva-systems.com/turkish/>
65. Türk Tekstil Sektörün Yapısı, <http://www.kobifinans.com.tr/sector/011502/1119>
66. Ürün Raporları 2004 Pamuk Çalışma Grubu Raporu, Ankara 2004
67. Yakartepe, M., 1995, ‘‘Tekstil Teknolojisi; Elyaf’tan Kumaş’a, TKAM’’, İstanbul
68. Yıldırım, A.E., ‘‘Pamuğun Geleceği Endişe Verici’’,  
<http://www.tekstilisveren.org/content/view/251/38/>