

PAPER DETAILS

TITLE: TEKSTİL VE HAZIR GIYIM ANLASMASI`NIN SONA ERMESİ SÜRECİNDE ÇİN`İN TÜRK
TEKSTİL VE KONFEKSİYON TİCARETİNE ETKİSİ

AUTHORS: Cem SAATÇIOĞLU,Betül GÜR

PAGES: 149-170

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/194938>

Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Y.2005, C.10, S.1 s.149-170.

**TEKSTİL VE HAZIR GİYİM ANLAŞMASI'NIN
SONA ERMESİ SÜRECİNDE ÇİN'İN TÜRK
TEKSTİL VE KONFEKSİYON TİCARETİNE ETKİSİ**

**CHINA'S EFFECT ON TURKISH TEXTILE AND
CLOTHING TRADE DURING THE END OF THE
AGREEMENT ON TEXTILE AND CLOTHING**

Yrd.Doç.Dr.Cem SAATÇIOĞLU*
Dr. Betül GÜR**

ÖZET

Bu makalede, Çin'in 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütü'ne üyeliğinin kabul edilmesi ile Dünya Ticaret Örgütü üyeleri arasındaki tekstil ve konfeksiyon ticaretinde uygulanan kotaların 31 Aralık 2004 tarihinde kalkacak olması nedeleriyle, Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı yaptığı ABD ve AB pazarlarında, karşı karşıya bulunduğu Çin rekabeti incelenmektedir.

ABSTRACT

In this article, China's competition power on Turkish textile and clothing exports to the United States of America and European Union markets has been analysed because of China's accession to the World Trade Organization in 2001 and elimination of quotas on textile and clothing trade between World Trade Organization members at 31 December 2004.

Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı, Dünya Ticaret Örgütü, Çin, Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşması, Kotalar
Turkish Textile and Clothing Exports, World Trade Organization, China, Agreement on Textile and Clothing, Quotas

GİRİŞ

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, dış ticaretten aldığı payla ülkeye önemli bir döviz girdisi sağlaması, yüksek istihdam imkânları sunması gibi nedenlerden dolayı, Türkiye Ekonomisi'nin lokomotif sektörü olarak nitelendirilmektedir. Zira Türkiye, dünyanın en büyük tekstil ve konfeksiyon ihracatçılarından biri olarak kabul edilmektedir.

* İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi

** İstanbul Ticaret Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Öğretim Görevlisi

ABD ve özellikle AB, Türkiye'nin en çok tekstil ve konfeksiyon ihracatı yapmakta olduğu pazarlardır. Bu pazarlardaki en büyük rakibi ise Güneydoğu Asya ülkeleridir. Söz konusu ülkeler içinde en önemli yeri Çin almaktadır. Çünkü Çin, 2001 yılı sonundan itibaren WTO'ya üye olmuş, ekonomide dışa açılma politikası izlemeye başlamıştır. Böylece sadece Türkiye'de değil, tüm dünya pazarlarında Çin'in ihraç ettiği tekstil ve konfeksiyon ürünleri, oyuncak, elektronik cihazlar vb. birçok malla ilgili olarak yoğun bir rekabet başlamıştır.

Buradan hareketle bu makalede Çin'in, Türkiye'nin başlıca tekstil ve konfeksiyon pazarları durumundaki AB ve ABD'ye olan ihracatına etkisi ele alınmaktadır. Zira daha önce de değinildiği üzere, tekstil ve konfeksiyon sektörü Türkiye Ekonomisi'nin temel taşlarından birini oluşturmaktadır. Sektörde gerçekleştirilen atılım, önce 1995 yılından itibaren Gümrük Birliği nedeniyle sektöre uğramıştır. Daha sonra 1997 yılında yaşanan Asya Krizi ve 1998 yılında patlak veren Rusya Krizi, sektörün ihracatına büyük ölçüde zarar vermiştir. Akabinde Kasım 2000 ve Şubat 2001 tarihlerinde Türkiye Ekonomisi'nde yaşanan krizler de tekstil ve konfeksiyon sektöründe maliyetlerin artmasına, üretim ve ihracat rakamlarının düşmesine yol açmıştır. Son olarak Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde WTO'ya üyeliğinin kabul edilmesi, Türkiye'nin gerek iç piyasasında gerekse önemli ihracat pazarları olan AB ve ABD'de Çin'i ciddi bir rakip olarak ön plâna çıkarmıştır. Çünkü Çin başta düşük işgücü maliyetleri olmak üzere, zayıf bir sosyal güvenlik sistemine sahiptir. Ayrıca devlet yerli üreticiye büyük bir destek vermekte, vergi oranlarını da düşük seviyelerde tutmaktadır. Bütün bunlara Çinli üreticilerin taklit ürün üretebilme yeteneği de eklendiğinde, Çin'in hem Türkiye'ye hem de diğer birçok tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülkeye karşı önemli bir üretim ve ihracat avantajına sahip olduğu görülmektedir. Bu nedenle, 2005 yılı başından itibaren WTO Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması (ATC)'nin sona ererek mevcut kotaların kaldırılmasıyla, sektörde yaşanan rekabetin daha da artacağı beklenmektedir. Dolayısıyla bu makalede Türkiye'nin AB ve ABD pazarlarında karşı karşıya kaldığı Çin rekabeti, daha çok ATC'nin sona ermesi çerçevesinde ele alınmaktadır.

Buradan hareketle yapılan bu çalışmada, öncelikle tekstil ve konfeksiyon sektörünün dünyadaki, Türkiye ve Çin Ekonomilerindeki yeri ile sektöre yönelik uluslararası anlaşmalar ele alınmaktadır. Daha sonra Çin'in WTO'ya üyeliğinin Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı üzerindeki etkilerine ve kotaların kalkması sonrasında ortaya çıkacak muhtemel etkilere değinilerek, Türkiye'nin alması gereken tedbirler incelenmektedir.

1. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN YERİ

Türkiye Ekonomisi'nde tekstil ve konfeksiyon sektörünün gelişim sürecini, genel olarak 1980 öncesi ve sonrası olarak iki farklı dönemde incelemek mümkündür. 1980 yılı, Türkiye'nin ekonomi politikasının değişmeye başladığı bir yıl olması açısından dönüm noktası kabul edilebilir.

Bu tarihten itibaren, ekonomide ithâl ikâmecî sanayileşme stratejisinin yerini ihracata dayalı sanayileşme stratejisi almıştır. Böylece globalizasyon sürecinin bir parçası olarak ekonomide dışa açılma dönemi başlamış tekstil ve konfeksiyon sektörü de bu süreçten nasibini almıştır.

1.1. 1980 Öncesinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Gelişimi

Cumhuriyet'in ilk yıllarında tekstil üretiminin ev dokumacılığı şeklindeki küçük üretim birimlerinden ibaret olduğu görülmektedir. Bu nedenle tekstil sanayiinin geliştirilmesi ve tekstil ürünleri ithalatının azaltılması için yerli ve yabancı birçok uzmana araştırmalar yaptırılmıştır. 1940'lı yıllarda tekstil makineleri ithalatı yoluyla tekstil ürünlerinin önemli bir kısmı yurt içinde üretilir hale gelmiş, mevcut fabrikaların kapasiteleri artırılmıştır. 1950'li yıllardaysa verilen teşviklerle bu sektörde özel kesime ait irili ufaklı birçok işletme kurulmaya başlamıştır. 1960'ların başından itibaren artan dış taleple beraber sektöre çok sayıda firmanın girmiştir. Ancak dış talep artışının sürekli olmaması sonucunda arz fazlasının ortaya çıkması sektörde darboğaza yol açmıştır.¹

1.2. 1980 Sonrasında Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Gelişimi

Tekstil ve konfeksiyon sektörü 1980'li yılların başında ekonomide yaşanan dışa açılmayla beraber büyük bir atılım gerçekleştirmiş ve üretim, ihracat, istihdam gibi yönlerden ülke ekonomisinin lokomotifine haline gelmiştir. Bugün yaklaşık 10 milyon kişiye istihdam olanağı sunan sektör, Gayri Safi Milli Hasılaya (GSMH) ise %10 civarında katkı sağlamaktadır. Türkiye, toplam ihracatının %33'ünü oluşturan tekstilde dünyanın 10. ve Avrupa Birliği (AB)'nin 1., konfeksiyonda ise dünyanın en büyük 6. ve AB'nin 2. en büyük ihracatçısı² durumundadır. 1980'den itibaren dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretindeki artışın üzerinde bir performans sergileyerek Türkiye, 1990-1997 yılları arasında tekstil ve konfeksiyon ihracatını %98 oranında artırmış, böylece söz konusu dönemde en fazla ihracat artışı gerçekleştiren 8. ülke olmuştur.³

Gümrük Birliği'nden sonra kotaların kalkmasıyla birlikte Türkiye'nin en önemli pazarı niteliğindeki AB'ye tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatının artacağı beklentisi ortaya çıkmış, bu beklentiyle 1995'den itibaren sektöre yönelik yatırımlar artmıştır. Ancak beklenen talep artışının olmaması sonucunda ortaya çıkan aşırı kapasite, 1997 Asya Krizi'nin getirdiği kıyasıya rekabetle birleşerek sektörde⁴ iflaslara neden olmuştur.

¹ Orhan PAZARCIK ve İdil DOĞAN TURUNÇ, "Türkiye'de Tekstil Sanayi Teknolojisinin Mevcut Durumu ve İhracat Açısından Geleceği", *Tekstil İşveren Dergisi*, S.101, (Ağustos 1986), s. 7, 10.

² Onur ANBARCI, "Tekstilin Önündeki En Büyük Handikap Strateji Eksikliği", *Tekstil İşveren Dergisi*, S.281, (Mayıs 2003), s. 18.

³ Sami ÇIRAKOĞLU, "Tekstil: Şimdi Özeleştiri Zamanı", *Ekovizyon*, S. 25, (Ekim 1999), s. 81.

⁴ *Tekstil İşveren Dergisi*, " Tekstilde İki Yıl Önceki Heyecan Kayboldu", S. 239, (Kasım 1999), s. 13.

Türkiye'nin Güneydoğu Asya ülkelerine yönelik ihracatı nispeten düşük seviyelerde ve dar bir ürün yelpazesi içindedir. Bu nedenle Asya Krizi'nin Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektörü üzerindeki etkileri, daha ziyade AB ve Rusya pazarlarındaki rekabette görülmüştür.⁵ Güneydoğu Asya ülkelerinin ulusal paralarını devalüe etmeleriyle beraber sadece Türkiye'nin önemli tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı olan AB ve Rusya'nın değil, Türkiye'nin de bölge ülkelerinden ithalatı artmıştır.

Tablo 1 : Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Toplam İhracat İçindeki Yeri

Yıllar	Toplam İhracat (milyon dolar)	Konfeksiyon İhracatı		Tekstil İhracatı		Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı	
		milyon dolar	%	milyon dolar	%	milyon dolar	%
1999	26.588	7.145	26.9	2.733	10.3	9.878	37.2
2000	27.774	7.194	25.9	2.818	10.1	10.013	36.1
2001	31.339	7.335	23.4	3.060	9.8	10.396	33.2
2002	35.081	8.897	25.4	3.152	9.0	12.050	34.3
2003	46.877	11.150	23.8	3.926	8.4	15.076	32.2

Kaynak : <http://www.itkib.org.tr> (Erişim: 17.05.2004).

09.09.1999 tarihli Enflasyonu Düşürme Programı çerçevesinde uygulanan döviz kuru politikası, Kasım 2000 ve Şubat 2001 ekonomik krizleriyle birlikte sektörde bir daralma ortaya çıkmıştır. Tablo 1'de de görüldüğü gibi 1999'da toplam ihracat içinde tekstil ve konfeksiyon ihracat oranları sırasıyla %10.3 ve %26.9 iken, 2003 yılında tekstilde %8.4'e, konfeksiyondaysa %23.8'e gerilemiştir. Öte yandan değer bazında görülen yükselme, önemli ölçüde euro-dolar paritesinden kaynaklanmaktadır. Çünkü AB'ye yapılan tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatı 2003 yılında bir önceki yıla göre %19 oranında artarken, aynı yıl euronun da dolar karşısında %19 civarında değer kazandığı görülmektedir.⁶

2. ÇİN'İN WTO ÜYELİĞİ ÖNCESİNDE DÜNYA TEKSTİL ve KONFEKSİYON TİCARETİNİN DURUMU

18. yüzyılda Sanayi Devrimi'yle birlikte tekstil ürünleri üretiminde makinaların kullanılmaya başlanması, sermaye birikiminin hızlanmasına ve böylece gelişmiş ülkelerin iktisadî kalkınmalarına yardımcı olmuştur. 20. yüzyılın ortalarından itibaren gerek teknolojik gelişmeler sonucunda azalan ulaştırma ve haberleşme maliyetleri gerekse gelişmekte olan ülkelerdeki düşük işgücü maliyetleri, tekstil ve konfeksiyon sektörü gibi birçok emek-yoğun sanayi kolunun gelişmekte olan ülkelere kaymasına yol açmıştır. Dolayısıyla tekstil ve konfeksiyon sektörü, birçok gelişmekte olan ülkeye önemli bir döviz girdisi sağlayarak sermaye birikimine katkıda bulunmaya başlamıştır. Gelişmiş ülkeler ise daha çok sermaye-yoğun üretim alanlarına,

⁵ TCMB, Sektör Bilançoları (1996-1998) - 1, İmalât Sektörü'99, Ankara, 1999, s. 2.

⁶ Murat Alper ÖZTÜRK ve Nihat ALPER, "Tekstilde 2005 Stratejisi ve KOBİ'ler için Öneriler", Sanayicinin Sesi, S. 13, (Mart-Nisan 2004), s. 33.

özellikle de hizmetler ve bilişim sektörlerine yönelmiştir. Ancak daha çok sermayeye dayalı yanı itibariyle tekstil sanayiinde, gelişmiş ülkelerin de söz sahibi olmaya devam ettiğini görmek mümkündür. Zira bu ülkeler yüksek teknolojiye, inovasyona, tasarım ve moda yaratmaya dayalı olarak yanmazlık, buruşmazlık, leke tutmazlık gibi özelliklere sahip, katma değeri yüksek tekstil ürünlerinin ticaretiyle dünya pazarlarında rekabet etmektedirler.

Globalizasyonun kendini göstermeye başladığı 1980'li yılların başından itibaren geçen yaklaşık 20 yıllık süre içinde dünya tekstil ticareti 56 milyar dolardan 2000 yılında 158 milyar dolara, dünya konfeksiyon ticareti ise 40 milyar dolardan 199 milyar dolara yükselmiştir. Ülkeler bazında bakıldığında 2000 yılı itibariyle başlıca tekstil ihracatçısı ülkelerin 16.1 milyar dolarla Çin ve 12.8 milyar dolarla Güney Kore olduğu görülmektedir. Ardından yüksek üretim maliyetlerine rağmen katma değeri yüksek tekstil ürünleri üretmeleri nedeniyle İtalya, Almanya, ABD, Japonya, Fransa gibi gelişmiş ülkeler gelmektedir. Aynı zamanda söz konusu gelişmiş ülkeler, tekstil ve konfeksiyon sektörü için önemli birer pazar durumundadır. Dünya konfeksiyon ihracatında 36.1 milyar dolarla ilk sırayı alan Çin'in ardından sırayla Meksika, ABD, Almanya, Türkiye, Fransa ve Güney Kore gelmektedir. Dünya konfeksiyon ithalatında ise ilk sıraları 66.4 milyar dolarla ABD ve daha sonra Japonya, Almanya, İngiltere, Fransa ve İtalya almaktadır.⁷ Bu veriler ışığında başta Çin olmak üzere Güneydoğu Asya ülkelerinin, tekstil ve konfeksiyon ihracatında 1980-2000 yılları arasında sürekli bir gelişme gösterdiği ve ilk sıraları aldığı dikkat çekmektedir.

3. DÜNYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON TİCARETİNİ DÜZENLEYEN ANLAŞMALAR

1986-1994 yılları arasında yapılan Uruguay Turu, dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinin serbestleştirilmesinde önemli bir dönüm noktasıdır. Uruguay Turu öncesinde dünya pazarlarında tekstil ve konfeksiyon ticareti, özellikle ikili taraflı ticaret anlaşmaları şeklinde yapılmaktaydı. Uruguay Turu sonunda imzalanan Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşması (ATC)'yla bütün WTO üyelerini kapsayan çok taraflı ticaretin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bununla beraber Uruguay Turu sonrasında, özellikle AB ve ABD'nin gelişmekte olan ülkelerle iki taraflı ticaret anlaşmaları yapmaya devam ettikleri görülmektedir.

3.1. Uruguay Turu Öncesinde Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretiyle İlgili Yapılan Ticaret Anlaşmaları

Gelişmekte olan ülkelerin, sahip oldukları üretim maliyeti avantajı sayesinde tekstil ve konfeksiyon sektöründe ihracat performanslarını artırmaları dolayısıyla gelişmiş ülkeler, 1960'lardan itibaren ikili ticaret anlaşmalarıyla dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretine kısıtlama

⁷ Neşe KANOĞLU ve Ç. Emrah ÖNGÜT, *Dünyada ve Türkiye'de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye'nin Rekabet Gücü*, DPT Ya. No. 2668, Ankara, 2003, s. 26, 27.

getirmişlerdir. Böylece tekstil ve konfeksiyon sektörü Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) kapsamının dışında kalmıştır.⁸ Bu bağlamda ilk olarak 1961 yılında sadece pamuklu ürünleri kapsayan Uluslararası Pamuklu Tekstil Ticaretine İlişkin Kısa Dönemli Düzenleme yapılmıştır. Daha sonra bu anlaşma 1962 yılında Uzun Dönemli Pamuklu Tekstil Düzenlemesi şeklinde 1973 yılına kadar uzatılmıştır.⁹ Bu Anlaşma'nın ardından 1974 yılında GATT kapsamında Çok Elyaflılar Düzenlemesi (MFA) yapılmıştır. MFA, gelişmekte olan ülkelerin hızla artan ihracatından büyük zarar gören gelişmiş ülkelerin, yerli sanayilerini korumak amacıyla ithalatlarını kotalarla sınırlamaya yönelik olarak yaptıkları tek taraflı veya iki taraflı anlaşmaların bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur.¹⁰

3.2. Uruguay Turu'nda Kabul Edilen Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması (ATC)

1986-1994 yılları arasında düzenlenen Uruguay Turu sonucunda, 1995 yılında WTO kurulmuş ve ilk kez dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinin serbestleştirilmesi amacıyla ATC imzalanmıştır. Böylece ATC, MFA'nın yerini almıştır.

ATC, 1994-2004 yılları arasında, yani 10 yıllık geçiş sürecinde tekstil kotalarının artan oranlarla, 4 aşamada kaldırmasını öngörmektedir. Bu bağlamda 1990 yılındaki ithalat miktarları baz alınarak ilk aşamada (1 Ocak 1995-31 Aralık 1997) %16, ikinci aşamada (1 Ocak 1998-31 Aralık 2001) %17, üçüncü aşamada (1 Ocak 2002-31 Aralık 2004) %18 ve son aşamada (1 Ocak 2005'den itibaren) geriye kalan %49'a tekabül eden ürünlerin ticaretinin serbestleştirilmesi kabul edilmiştir.¹¹

2003 yılı itibarıyla tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin yarısı ATC ile getirilen sisteme entegre edilmiştir. Tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin henüz ATC kapsamı dışında kalan %49'luk kısmı ise kotaların %80'ine karşılık gelmekte olup ABD, AB ve Kanada tarafından kotaya tabi tutulmaktadır. Kotaların büyük bölümünün, ATC'nin sona ererek tekstil ve konfeksiyon kotalarının tamamen kaldırılacağı 1 Ocak 2005 tarihine, yani son aşamaya bırakılmış olması, tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı gelişmekte olan ülkelerin eleştirisine neden olmaktadır.¹²

Ayrıca söz konusu Anlaşma'da tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatçısı olan ülkelerin ek gümrük vergisi koyma gibi özel korunma önlemlerinden 2008 yılına kadar faydalanmaları öngörülmektedir. Burada

⁸ Hüseyin ÖZTÜRK, "Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Ticaretine Uygulanan Ticaret Politikası Önlemlerinin Dünü, Bugünü ve Geleceğinin İrdelenmesi", *Dış Ticaret Dergisi*, S. 12, (Ocak 1999), s. 62, 64.

⁹ Ümit SEVİM, *Türk Hazır Giyim Sanayinin İhracat İmkânları*, İGEME Yayınları, Ankara, 2002, s. 18.

¹⁰ WTO, *Understanding The WTO: The Agreements, Textiles: back in the mainstream*, http://www.wto.org/english/newse/pres01_e/pr243_e.htm (Erişim: 22. 05.2004), s. 1.

¹¹ WTO, *A Summary of The Final Act of The Uruguay Round, Agreement on Textiles and Clothing*, http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/ursum_e.htm (Erişim: 27.05.2004), s. 1.

¹² Onur ANBARCI, "2005 Sendromuna 640 Gün Kaldı...Çin Tekstilde "Tekel" Olacak Mı?", *Tekstil İşveren Dergisi*, S. 279, (Mart 2003), s. 19.

amaç, söz konusu ülkelerin 2005 yılından itibaren tekstil ve konfeksiyon ithalatlarının artması olasılığına karşılık, yerli üreticilerin gelir düzeylerini korumaktır.¹³

3.3. Uruguay Turu Sonrasında Tekstil ve Hazır Giyim Ticaretiyle İlgili Yapılan Ticaret Anlaşmaları

Dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretine yön veren ABD ve AB, WTO kapsamında geliştirmeye çalıştıkları serbest ticaret politikalarının aksine, Çin rekabetine karşı hem kendi üreticilerini ve ihracatçıları korumak hem de kendilerine yeni pazarlar yaratmak amacıyla Çin ve diğer birçok gelişmekte olan ülkeyle ticaret anlaşmaları yapmaktadır.

ABD, 15 Kasım 1999 tarihinde birçok Afrika, Karayipler ve Pasifikler (ACP) 'den 71 ülkeyle ticaret anlaşması yapmış, 18 Mayıs 2000 tarihinde ise Ticaret ve Kalkınma Yasası (AGOA) isimli kapsamlı bir kanun çıkarmıştır. Bu çerçevede söz konusu ülkelerin düşük üretim maliyeti avantajından yararlanarak ihracat yapabilecekleri konfeksiyon ürünlerindeki tüm vergiler kaldırılmıştır. Sonuçta ABD ile ticaret anlaşması yapan bu ülkeler ABD'nin önemli bir konfeksiyon ihracatçısı olmuştur. Ancak Anlaşma'da söz konusu ülkelerin belirtilen kolaylıklardan faydalanabilmeleri için, ABD çıkışlı iplik ve kumaş kullanmaları koşul olarak ileri sürülmüştür. Böylece ABD, genellikle kendisine coğrafi yakınlığı olan, ucuz ve en önemlisi yerli tekstil altyapısı bulunmayan, bunun için de ABD menşeyli iplik ve kumaş kullanmaya itiraz edemeyen bu ülkelerde kendi tekstil ve konfeksiyon sektörüne sürekli bir talep yaratmıştır.¹⁴

ABD'nin 15 Kasım 1999 tarihinde ACP ülkeleriyle yapmış olduğu ticaret anlaşmasından sonra, AB de bu ülkelerle 09 Aralık 1999 tarihinde ticaretin serbestleştirilmesine yönelik bir anlaşma sağlamıştır. Ayrıca Fas, Tunus, Cezayir gibi Kuzey Afrika ülkelerinin yanı sıra, 2004 yılındaki genişleme süreci öncesinde Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Romanya, Bulgaristan gibi Merkezî ve Doğu Avrupa ülkeleri ve eski Sovyet Bloğu ülkelerinden Ukrayna, Belarus, Litvanya, Letonya gibi ülkelerle de ikili ticaret anlaşmaları yapmıştır. Yapılan anlaşmaların sonucunda AB'nin bu ülkelerden konfeksiyon ürünleri ithalatı artarken; Brezilya, Arjantin, Meksika gibi Latin Amerika ülkeleri ile bazı Asya ülkelerinden yaptığı ithalatta ise düşme yaşanmıştır. Bir başka deyişle, AB konfeksiyon üreticileri, üretimlerini işgücü maliyetlerinin ve coğrafi yakınlık nedeniyle taşıma maliyetlerinin nispeten düşük olduğu ülkelere kaydırmıştır. Böylece Kuzey Afrika ile Merkezî ve Doğu Avrupa ülkelerinin AB'ye konfeksiyon ürünleri ihracatı yükselmiştir.¹⁵

¹³ WTO, *Textiles: Agreement, Textiles Monitoring Body (TMB) The Agreement on Textiles and Clothing*, http://www.wto.org/english/tra_top_e/texti_e/texintro_e.htm (Erişim: 27.05.2004), s. 3.

¹⁴ Bülent ŞAHİNALP, *Türk-Amerikan Ekonomik ve Ticari İlişkilerinin Analizi ve Geleceğe Yönelik Öneriler*, TÜSİAD Ya. No. TÜSİAD-T/2002-12/347, İstanbul, 2002, s. 165.

¹⁵ KANOĞLU ve ÖNGÜT, s. 31.

Diğer yandan AB, Meksika'yla da 1 Temmuz 2000 tarihinde bir serbest ticaret anlaşması yapmıştır. Bu anlaşmaya göre en geç 2007 yılına kadar AB ve Meksika arasındaki ticaretin %96'sının serbestleştirilmesi kabul edilmiştir.¹⁶

Görüldüğü gibi gelişmiş ülkeler tekstil ve konfeksiyon sektöründe de geliştirmekte olan ülkelerle rekabet etmekten vazgeçmemektedir. Yapılan serbest ticaret anlaşmalarıyla geliştirmekte olan ülkelere katma değeri düşük tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithal ederlerken, bu ülkelere katma değeri yüksek ürünler ihraç etmek suretiyle dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretindeki paylarını korumaktadırlar.

4. ÇİN EKONOMİSİNDE TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN YERİ

Dünya nüfusunun 1/4'ini oluşturan 1.5 milyara yakın nüfusuyla Çin, giderek büyüyen bir orta gelir grubuna, gelişen bir sınıfta, değişen ve yükselen tüketim kalıplarına sahiptir. Dışa açılma sürecinin devamıyla birlikte halâ ağırlığını koruyan bir kamu sektörüne sahiptir.¹⁷ Çin, 1978'den itibaren ekonomisini yeniden yapılandırmaya gitmiş ve böylece 1970'lerin sonlarından itibaren GSMH'de yıllık ortalama %10 oranında büyüme sağlamıştır. ABD ekonomisinde ise bu rakam yıllık ortalama %3.5 dolaylarında olmuştur.¹⁸

Çin ekonomisinde 1978 yılından sonraki dönemde yavaş yavaş dışa açılmaya birlikte birçok sektörde verimlilik artışı olmuştur. Ancak sanayi ve hizmet sektörleri, tarım sektörüne göre 25 kat daha hızlı büyümüştür.¹⁹ Dış ticareti 1978 yılında yaklaşık 20.7 milyar dolardan 1995 yılında 280.9 milyar dolara yükselmiştir. Böylece Çin, 1995 yılında dünyanın en büyük 10. ticarî gücü haline gelmiştir. Getirdiği yatırım kolaylıkları, düşük işgücü maliyeti, nitelikli işgücü gibi nedenlerle kolayca yabancı sermaye çeken Çin'e 1979-1995 yılları arasında yapılan yabancı doğrudan yatırımların %64'ü Hong Kong ve Tayvan'dan, %13'ü Japonya'dan, %13'ü Avrupa ve Kuzey Amerika'dan olmuştur.²⁰ 1979-1999 döneminde dünya ekonomisinde toplam yabancı doğrudan yatırımların %10'unu bu ülkeye yapılmıştır. Çin, 2003

¹⁶ TGSD, **Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayi 2000 Yılı Değerlendirmesi Rapor Özeti, Başlıca Saptamalar**, <http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/gelen6.htm> (Erişim: 12.05.2004), s. 5.

¹⁷ Atilla BAŞLAR, **Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliliğinin Çin Ekonomisi, Dünya Ticareti ve Türkiye Üzerinde Olası Etkileri**, Sınai Yatırım Bankası Yayınları, İstanbul, 2001, s. 1.

¹⁸ Jeffrey D. SACHS, "Welcome to the Asian Century", **Fortune**, <http://www.earthinstitute.columbia.edu/about/director/pubs/fortune104.pdf> (Erişim: 07.05.2004), s. 53.

¹⁹ Angus MADDİSON, **Chinese Economic Performance In The Long Run**, OECD Yayınları, Paris, 1998, s. 67.

²⁰ William van KEMENADE, **Çin, Hong Kong, Tayvan A.Ş., Yeni Bir İmparatorluk**, çev. Armağan Anar, Sabah Kitapları Ya. No. 92, İstanbul, 1999, s. 18.

yılında 53 milyar dolarlık yabancı doğrudan yatırım çekerek ABD'yi geçmiştir.²¹

Ayrıca 1995'de yürürlüğe koyduğu Dış Ticaret Kanunu ile tarife indirimlerini kapsayan, WTO üyeliğini hedefleyen pek çok uygulama başlatmıştır. Bu çalışmalar halihazırda Çin'in Dış Ticaret ve Ekonomik İşbirliği Bakanlığı tarafından yürütülmektedir.²²

Son dönemlerde Çin'de enflasyonun stabil, faiz oranlarının düşük olması gibi göstergeler, Çin'in dünya piyasalarındaki yükselişinde büyük rol oynamıştır. Ülkenin %75'ini kapsayan Çin özel sektörü büyümeye devam etmekte olup, sınaî üretim %20'lere kadar yükselmiştir. Birçok gelişmekte olan Asya ülkesi kâr düşüklüğünden yakınırken, Çin'in kâr oranları giderek yükselmektedir. Çin'in 2003 yılı GSMH rakamı, 1997'den sonra GSMH'sinin en fazla artış gösterdiği yıl olan 2002'ye göre %9.1 oranında artışla 1 trilyon 400 milyon doları aşmıştır. Kişi başına düşen GSMH 1090 dolara ulaşırken, 2004 yılı için %7 oranında bir büyüme beklenmektedir.²³

Çin Ekonomisi'nin temel yapı taşlarından tekstil ve konfeksiyon sektörünün gelişimine bakıldığında, modern Çin tekstil sanayinin temellerinin 1870'li yıllara kadar uzadığı ve o dönemlerde de Çin'in en önemli ve gelişmiş sanayi kolu olduğu görülmektedir. Bununla beraber 1949 yılına kadar savaşlar, sermaye ve hammadde yetersizliği, üretimde kullanılan makinelerin ithal edilme zorunluluğu gibi unsurlar nedeniyle sektörde zor koşullar da yaşanmıştır. 1949 yılında Çin Halk Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla ulusal ekonomi belli bir istikrara kavuşmuştur. İlk beş yıllık kalkınma planı (1950-1955) çerçevesinde devlet tekstil sanayiine büyük yatırımlar yapmış, çok sayıda tekstil fabrikası kurmuştur. 1960'lara gelindiğinde tüm dünyada sentetik elyaf endüstrisinin gelişmesiyle birlikte Çin de bu üretime önem vererek peşpeşe dört büyük kimyasal elyaf üretim projesini hayata geçirmiş ve yıllık üretim kapasitesini 650 bin tona çıkarmıştır. Pamuk, yün, diğer doğal elyaf ve ipek imalat sanayiilerinin hızla gelişmesini sağlayarak 1949-1978 döneminde pamuk ipliği üretimini 7.03, pamuklu-kumaş üretimini 6.1, yünlü kumaş üretimini 16.4, yün iplik üretimini 21 kat artırmıştır. Böylece bu dönemde Çin tekstil ve konfeksiyon sanayii üretim yapısı, kapasitesi ve dağıtım ağıyla modern bir sanayi haline gelmiştir.²⁴

Çin'de tekstil üretimi 1981 yılından itibaren yıllık ortalama %10 oranında artmıştır. 1990'ların sonlarına gelindiğinde, tekstil ve konfeksiyon sektöründe istihdam edilenlerin sayısı yaklaşık 6.5 milyona ulaşmıştır. Dolayısıyla Çin ekonomisindeki büyümenin önemli bir kısmını 1970'lerin sonlarından itibaren tekstil ve konfeksiyon ihracatındaki artış

²¹ Richard LESTER, *China, America, and the Global Competition for Industry*, Massachusetts Institute of Technology, Industrial Performance Center, http://web.mit.edu/ipc/www/publications-2_body.html (Erişim: 27.05.2004), s. 2.

²² Deniz ÇAKIROĞLU ve Ebru GÜLSOY, *Çin ve Hong Kong Ülke Raporu*, İGEME Yayınları, İstanbul, 1999, s. 9.

²³ **Dönemeç**, "Çin'de Altı Yılın Büyüme Rekoru", S.75, (Ocak-Şubat 2004), s. 23.

²⁴ DTM, *Çin Ev Tekstili Pazarı Araştırması*, <http://www.dtm.gov.tr/pazaragiris/ulkeler/cin/cin-rap-sek-evt.htm> (Erişim: 15.05.2004), s. 1.

desteklemiştir.²⁵ Çin, 2002 yılında bütçeden her birine en az 609.000 dolar olmak üzere, 4584 yatırım projesi için yaklaşık 25 milyar dolar pay ayırmıştır. Çin'in 2000-Haziran 2003 arasında 11.8 milyar dolar değerinde tekstil makinesi ithal etmiştir. Çin'in tekstil sektöründeki bu yatırımları, uluslararası piyasalarda hammadde kıtlığı ve pamuk ithalatını artırmış, fiyatların düşmesine yol açarak kâr marjını düşürmüştür.²⁶

Bütün bu gelişmelere ilâveten Çin'de ürün çeşitlendirmesi ve yeni mamul üretimi gibi konularda araştırma yapan 23 tekstil üniversitesi, 52 politeknik yüksekokulu, 100'den fazla ilmi araştırma yapan akademi ve enstitü bulunmaktadır. Bu durum, bugüne kadar ucuz işgücü maliyeti avantajını kullanarak katma değeri düşük tekstil ve konfeksiyon ihracatı yapabilmesi sayesinde dünya tekstil ihracatının yaklaşık %10'unu, konfeksiyon ihracatının ise %18'ini gerçekleştiren Çin'in, dünya pazarlarında katma değeri yüksek ürünlerin ihracatı yoluyla da rakiplerini kısa sürede zorlamaya başlayacağını göstermektedir.²⁷

Çin'in ihracatta belki de en büyük dezavantajı ise ulaştırma, pazarlama ve dağıtım alanlarındadır. Çin Ekonomisi süratle gelişirken aynı hızla merkezden uzaklaşarak bölgelerde yoğunlaşmakta, böylece ülkenin her yerinde kalkınma sağlanmaya çalışılmaktadır. Adeta bir şantiye görünümündeki ülkede devlet, yatırım kararı aldığı bölgelerin altyapısını geliştirerek bir yandan kara ve demiryolu yatırımlarını yapmakta, diğer yandan da havaalanı ve liman inşalarına hızla devam etmektedir. Halihazırda 430 havaalanı ve irili ufaklı 50'den fazla hava yolu şirketi faaliyet gösterdiği halde mevcut ulaşım ağı, talebi karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle ulaşım, haberleşme ve dağıtım sistemlerinin en etkin şekilde çalışır hale getirebilmesi için daha büyük çaplı ulaştırma yatırımlarına ihtiyacı bulunmaktadır.²⁸ Çin'in ulaştırma yatırımlarını ve dolayısıyla dağıtım kanallarının kalitesini ve hızını artırması, kendisine gerek tekstil ve konfeksiyon gerekse dış ticarete konu diğer sektörlerde dünya pazarlarında rakiplerine karşı daha erken davranabilme yetisini kazandıracak, böylece dış talebe en kısa zamanda cevap vererek rekabet gücünü daha da yükseltecektir.

Ulaştırma alanındaki bu dezavantajına rağmen Çin, 21. yüzyılda global arena da hem iktisadî hem de siyasî ağırlığını gittikçe artırmaktadır. Bu ağırlık ABD, AB ve diğer gelişmekte olan ülkelerin pazarlarına dayalı olarak gittikçe artmaya devam etmektedir. Dolayısıyla Çin'in yükselişi, dünyanın daha önce tanık olmadığı bir boyutta gerçekleşmekte eski görkemini kazanma yolundaki dev bir ülkeyi “kontrol altına alma” politikasının işe yaramayacağı beklenmektedir.²⁹

²⁵ Robin ANSON ve Paul SİMPSON, **World Textile Trade and Production Trends**, The Economist Intelligence Unit, Londra, 1998, s. 328.

²⁶ **Xinhua News Agency**. “Textile Sector Investment Hits US\$25 Billion in 2003), http://service.china.org.cn/link/wcm/show_Text?info_id=92877&p_qry=textile, 13 Nisan 2004, (Erişim: 22.05.2004), s. 1.

²⁷ BAŞLAR, s. 8.

²⁸ KOSGEB, **Çin Halk Cumhuriyeti Raporu**, Ankara, 2004, s. 7.

²⁹ John NAİSBİTT, **Megatrendler, Dünyayı Değiştiren Asya'daki Sekiz Megatrend, çev.Ulaş Kaplan**, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1997, s 290, 291.

5. ÇİN'İN WTO ÜYELİĞİNİN TÜRKİYE'NİN TEKSTİL VE KONFEKSİYON TİCARETİNE ETKİSİ

Çin, 15 yıl süren WTO'ya üyelik talebinin WTO'nun Katar/Doha'da yapılan 4. Bakanlar Kurulu'nda kabul edilmesiyle 11 Aralık 2001 tarihinde WTO'ya üye olmuştur. Böylece tekstil ve konfeksiyon sektörü ile ilgili olarak ATC kapsamında bazı haklar elde etmiş, aynı zamanda da birtakım yükümlülükler üstlenmiştir. Örneğin bir yandan bütün WTO üyeleri gibi Çin de 31 Aralık 2004 tarihinden itibaren tekstil ve konfeksiyon sektöründe kotalarını kaldıracaktır. Ancak diğer yandan da Çin'in tekstil ve konfeksiyon ihracatının neden olacağı piyasa kırılması durumuna karşı WTO üyesi ülkeler, Çin'den yaptıkları ithalatı kontrol altında tutmak amacıyla 2008 yılına kadar özel koruma mekanizmasına başvurabileceklerdir.³⁰

Ancak tekstil kotaları henüz kalkmadığı halde, Çin'in WTO'ya üye olması bile Türkiye'nin AB ve ABD'ye yaptığı tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatında rekabet gücünü büyük ölçüde etkilemiştir.

5.1. AB ile Yapılan Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine Etkisi

Türkiye, Gümrük Birliği ile AB'nin 3. ülkelere karşı uyguladığı "Kota ve Gözetim Anlaşmaları"nı üstlenmiş durumdadır. Dolayısıyla AB'ye tam üyelik çerçevesinde birtakım uyum yasaları çıkarılırken, esasen uyumlaştırılması gereken bir konu da AB'nin tercihli ticaret rejimlerinin üstlenilmesidir. Bu çerçevede AB ile serbest ticaret anlaşması imzalayan ülkelerden olan Çin'in de, Türkiye ile benzer anlaşmalar imzalamasını sağlamak yerinde olacaktır. Zira AB nezdindeki 3. ülkelerin malları Türkiye'ye avantajlı bir şekilde girebildiği halde, Türk malları bu ülkelere aynı serbesti içinde girememektedir. Bu durum AB'ye tam üye olmadan Gümrük Birliği'ne girilmesinin olumsuz sonuçlarını göstermesi bakımından da anlamlıdır. Türkiye AB'nin tekstil ürünlerinde 1., konfeksiyon ürünlerindeyse 2. en büyük tedarikçisi durumundadır.³¹ Bununla beraber, Gümrük Birliği sonrasında Türkiye'nin AB'den ithalatı sanayi ürünlerine uygulamakta olduğu gümrük vergileri ve eş etkili vergiler kaldırıldığı³² için, 1996 yılında 128 milyon dolar olan konfeksiyon ithalatı 1997 yılında 203 milyon dolara yükselmiştir. İthalatın 1999'da bir önceki yıla göre %10 oranında artış kaydetmesine karşılık, Türkiye'nin AB'ye ihracatında %2.1 oranında azalma gerçekleşmiştir.³³ 1995-1999 döneminde AB'nin Çin ve Türkiye'den yaptığı tekstil ve konfeksiyon ithalatı incelendiğinde Gümrük Birliği sonrası AB'nin Türkiye'ye kota uygulaması kalktığı ve tekstilde 29, konfeksiyonda 21 kategoride Çin'e kota uyguladığı halde Çin'in AB pazarında Türkiye'ye karşı üstün olduğu göze çarpmaktadır. Çünkü söz

³⁰ WTO, **WTO Successfully Concludes Negotiations on China's Entry**, http://www.wto.org/english/news_e/pres01_e/pr243_e.htm (Erişim: 22. 05.2004), s. 2.

³¹ KANOĞLU ve ÖNGÜT, s. 31.

³² Ümit SEVİM, **Hazır Giyim: Alternatif Pazarlar**, İGEME Yayınları, Ankara, 1999, s. 6.

³³ TGSD, s. 4.

konusu dönemde Çin'in AB'ye tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatı ortalama %14, Türkiye'nin ise %11 oranında artmıştır.³⁴

Öte yandan Çin ve AB arasında 19 Mayıs 2000 tarihinde yapılan serbest ticaret anlaşmasıyla AB birçok konuda tavizler elde etmiş, 971 ürün grubunun 850'sinde gümrük tarifeleri indirilmiştir. Böylece pamuk ipliklerinde %10-13 düzeylerindeki tarifelerin 2002'de %5'e, ortalama %19-23 düzeylerindeki bez tarifelerinin 2004'te %10'a, çeşitli konfeksiyon ürünlerinde %32-35 olan tarifelerin ise 2005'de %14-17 seviyelerine çekilmesi kabul edilmiştir. Dolayısıyla AB, Çin ile yaptığı bu Anlaşma'dan, 1999'da 30 milyar euro dış ticaret açığı veren ve toplam hacmi 69 milyar euro olan dış ticareti kendi lehine geliştirmek; özellikle Çin'in AB firmalarına uygulayacağı ortak gümrük tarifelerini rakiplerine oranla daha da uygun seviyelere indirmek gibi kazançlar hedeflemiştir.³⁵ Bir yandan da 10 yeni üyenin Birlik'e katılımı sonrasında, iç piyasasını Çin rekabetine karşı korumak amacıyla 37 kategorideki tekstil ürünü için yeni kotalar belirlemiştir.³⁶

Tablo 2 :Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı İçinde AB'nin* Payı (%)

	2000	2001	2002	2003
Tekstil	35.8	35.7	30.4	29.1
Konfeksiyon	58.5	59.1	57.5	57.9

* 2000-2003 döneminde en fazla tekstil ve konfeksiyon ihracatı yapılan 5 AB üyesi (Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere, İspanya) baz alınmıştır.

Not:Tablodaki oranlar, www.itkib.org.tr web sitesinde yer alan istatistiklerden yararlanılarak hesaplanmıştır.

AB'nin tekstilde 1., konfeksiyonda ise Çin'in ardından 2. en büyük ithalatçısı olan Türkiye, Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde WTO'ya üye olmasından sonra, AB pazarında Çin'in artan rekabeti karşısında pazar payını kaybetmeye başlamıştır. Tablo 2'de de görüldüğü gibi toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatı içinde en fazla ihracat yapılan 5 AB üyesine 2000 ve 2001 yıllarında %35 olan tekstil ihracatı 2002 yılıyla beraber düşmeye başlamış ve 2002'de %30.4'e, 2003'de ise %29.1'e inmiştir. 2000 ve 2001 yıllarında %58-59 olan konfeksiyon ihracatının payı ise 2001 yılından sonra %57'ye düşmüştür.

5.2. ABD ile Yapılan Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine Etkisi

Dünyanın önemli tekstil ve konfeksiyon ihracat ve ithalatçılarından olan ABD'ye 1997 Asya Krizi'nin ardından Çin'in yaptığı tekstil ve konfeksiyon ihracatı artarak 100 milyar dolara ulaşmıştır. ihracatının arttığı

³⁴ BAŞLAR, s. 19, 20.

³⁵ BAŞLAR, s. 16, 17.

³⁶ **China Daily**, "EU to Increase Textile Quotas", http://service.china.org.cn/link/wcm/show_text?info_id=92129&p_qry=textile (Erişim:22.05.2004), s. 1.

ve 2000 yılı itibariyle 100 milyar dolarlık tekstil ve konfeksiyon ihracatı yaptığı görülmektedir. Japonya'dan sonra ABD'nin 2. en büyük dış ticaret açığının Çin ile olması (2000 yılında 84 milyar dolar) ve bu açığın giderek Çin lehine artmasından dolayı ABD, Çin'in yüksek gümrük tarifelerini ve kısıtlamalarını kaldırtmayı amaçlamıştır. 15 Kasım 1999'da imzalanan ikili ticaret anlaşmasıyla da istenilen hedefe ulaşmıştır. Bu Anlaşma'yla ABD'ye daha çok özel korunma imkânı sağlanırken, Çin gibi çok büyük potansiyele sahip bir pazar serbest ticarete açılmaya başlamıştır. Çin'in tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatına uygulamakta olduğu %25 oranındaki gümrük vergisini %11.7'ye indirmeyi kabul eden ABD, Çin'den ithalatın aşırı artması durumunda devreye girecek ürün bazlı korunma yoluyla, 12 yıl boyunca kendi sanayini koruma imkanına kavuşmuştur. Ayrıca damping uygulamaları söz konusu olduğunda, ABD Çin'in WTO'ya üye olmasından itibaren 15 yıl boyunca Çin'e karşı kapalı ekonomi uygulamasına gidebilecek; Çin ABD'li yatırımcılara teknoloji transferi, ihracat koşulları, ithâl ikâmesi, yerli girdi kullanımı gibi konularda ağır şartlar ileri süremeyecektir. Böylece Çin, yerli üreticileri için uyguladığı korumayı kaldırarak, ticaretle ilgili tüm kanunların ülkenin her yerinde istisnasız uygulanmasını sağlayacaktır.³⁷

Bununla beraber Çin WTO'ya girdikten sonra 2002'nin ilk 6 ayında Çin'den yapılan tekstil ithalatında %119 oranında ciddi bir yükselme meydana gelmiş ve ülkede yeni kurulan konfeksiyon fabrikalarında %22 oranında artış olmuştur.³⁸ Bu nedenle ABD, tekstil ve konfeksiyon üreticilerinin talepleri doğrultusunda Çin'den ithal edilen bazı ürünler için ek gümrük vergisi koyma, antidamping soruşturmaları açma gibi uygulamalara gitmektedir.

Türkiye'nin ABD'ye tekstil ve konfeksiyon ihracatı incelendiğindeyse, 1995 yılında 806 milyon dolar olan ihracatın yılda ortalama %14 gibi yüksek bir artış oranıyla 2000 yılında 1.5 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. ABD'nin hem Çin'e hem de Türkiye'ye kota uygulaması nedeniyle, ABD tekstil ve konfeksiyon pazarında, her iki ülke eşit şartlarda rekabet etmektedir. Buna karşılık Çin ve Türkiye'nin AB'ye yaptığı tekstil ve konfeksiyon ihracatı mukayese edildiğinde, Çin'in Türkiye'ye karşı üstün olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Zira ABD, tekstil ve konfeksiyonda Çin'e 107 kategoride kota uygulamaktadır. Bunların 22'sinde kota kullanım oranı %90'ı, 10'unda %95'i, bir kısmındaysa %98'i geçmektedir. Birçok kategoride Çin'le beraber ABD pazarında rekabet etmeye çalışan Türkiye ise kotalarını doldurmada Çin'in gerisinde kalmaktadır.³⁹ Bu nedenle 2005 yılında kotaların kaldırılması sürecine WTO üyesi bir ülke olarak Çin'in de dahil olmasıyla, ABD pazarına ihracat yapan

³⁷ BAŞLAR, s. 11.

³⁸ **Los Angeles Times**, "U.S. Textile Makers Seek to Restrict Chinese Imports", <http://216.239.59.104/univ/mit?q=cache:9nAKcbAVAHUJ:www-tech.mit.edu/V122/...>, 6 Eylül 2002, (Erişim: 27.05.2004), s. 1.

³⁹ BAŞLAR, s. 15.

birçok ülkenin pazar payları daralacaktır.⁴⁰ Dolayısıyla Türkiye de Çin rekabetiyle daha fazla karşı karşıya kalacaktır. Zaten bu durum özellikle Çin'in WTO'ya katılmasından itibaren kendini hissettirmeye başlamıştır. Şöyle ki; 2002 yılı başında kotları kalkan kalemlerden tekstil esaslı bavullarda ABD toplam ithalatı içindeki payı 2001 yılında %14 olan Çin, pazar payını 2003 yılında %80'e çıkarmıştır. Yine bu bağlamda ABD'ye eldiven ihracatında 2001 yılında %10.5 olan pazar payı %46, sabahlıklarda %5 olan pazar payı ise %40 olmuştur. Türkiye ile mukayese açısından bakıldığında, örneğin Türkiye'nin 2001 yılında ABD bornoz pazarında %33 olan pazar payının 2003 yılında %18'e düşerken, Çin'in daha önce %3.5 olan pazar payının 2003 yılında %25'e yükseldiği görülmektedir.⁴¹

Tablo 3'de Çin'in WTO üyeliği öncesi ve sonrasında Türkiye'nin ABD'ye yaptığı tekstil ve konfeksiyon ihracatının toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatı içindeki yeri gösterilmektedir.

Tablo 3 : Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı İçinde ABD'nin Payı (%)

	2000	2001	2002	2003
Tekstil	8.3	7.1	7.1	5.3
Konfeksiyon	17.1	16.5	16.4	13.8

Not: Tablodaki rakamlar, www.itkib.org.tr web sitesinde yer alan istatistiklerden yararlanılarak hesaplanmıştır.

ABD'nin 1999 yılında Çin'le yaptığı ticaret anlaşması neticesinde Çin'e sağlanan kolaylıkların etkisiyle Türkiye'nin ABD'ye yaptığı tekstil ve konfeksiyon ihracatının, sektörün toplam ihracatı içindeki payı 2000 ve 2001 yıllarında %8.3'den %3'e, konfeksiyon ihracatının payı ise %17.1'den %16.5'e düşmüştür. Ancak Çin'in WTO'ya üye olmasının ardından, 2002 ve 2003 yıllarında kaydedilen düşüş ivme kazanmaya başlamıştır. Böylece toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatı içinde ABD pazarına yapılan ihracat bir önceki yıla göre 2002'de aynı seviyelerde kalırken 2003 yılında tekstilde %5.3'e, konfeksiyonda ise %13.8'e düşmüştür.

5.3. Çin ile Yapılan Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine Etkisi

Türkiye'nin Çin ile olan dış ticareti incelendiğinde, daha ziyade Türkiye'nin Çin'den yaptığı tekstil ve konfeksiyon ithalatı ön plâna çıkmaktadır. 2001 yılında Çin'den yapılan ithalat 940 milyon dolar ile toplam ithalatın %2.3'ünü oluştururken, Çin'in WTO'ya katılımının akabinde 2002 yılında 1370 milyar dolar ile toplam ithalatın %2.6'sına, 2003 yılında rekor bir yükselişle 2644 milyar dolar ile %3.9'una çıkmıştır.⁴²

⁴⁰ Daniel H. ROSEN, *China and the World Trade Organization: An Economic Balance Sheet*, Institute for International Economic, Haziran 1999, <http://www.iie.com/publications/pb/pb99-6.htm> (Erişim: 22.05. 2004), s. 4.

⁴¹ *Ekonomik Forum*, "2005 Yılı Beklemeye Gerek Yok", S. 2, (Şubat 2004), s. 24.

⁴² Nevzat SAYGILIOĞLU, "Dış Ticaretimizde Çin Gerçeği ve Gümrüklerimizin Konumu", *Sanayi*, S.457, (Nisan 2004), s. 27.

Tablo 4: Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı İçinde Çin'in Payı (%)

	2000	2001	2002	2003
Tekstil	6.0	5.0	5.0	7.2
Konfeksiyon	12.9	12.4	12.3	15.3

Not: Tablodaki rakamlar, www.itkib.org.tr web sitesinde yer alan istatistiklerden yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 4'de belirtildiği gibi Çin'in 2000 yılında Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ithalatındaki payı sırasıyla %6.0 ve %12.9'dur. Kasım 2000 ve Şubat 2001'deki ekonomik krizlerle beraber TL'deki değer kaybı ithalata da yansımış, bu yüzden 2001 ve 2002 yıllarında Çin'den yapılan tekstil ve konfeksiyon ithalatı 2000 yılına göre hafif bir düşmeyle %5 ve %12'lerde sabitlenmiştir. Krizin etkilerinin geçmeye başlamasının ardından 2003 yılında Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatı içindeki payını tekstilde %7.2'ye, konfeksiyonda da %15.3'e çıkaran Çin, varlığını daha çok hissettirmeye başlamıştır.

Çin'in Türkiye'ye 2001 yılında yün, pamuk, sentetik ve suni ipliklerden imâl edilen 291 bin parçalık konfeksiyon ihracatı, Çin'in WTO üyeliğinin bir sonucu olarak Türkiye'nin Çin'e uyguladığı kotaları kaldırması nedeniyle, 2002 yılında 958 bine yükselmiştir.⁴³ 2003 yılının başında trikoların %30'u, abiye kumaşların %80'i Çin malıyken, 2003 yılı sonunda bu rakamlar trikoda %40'a, abiye kumaşlarda %90'a, ayrıca taşlanmış ipek, battaniye ve muhtelif kumaşlarda %45'e çıkmıştır. Aynı şekilde mefruşatın %25'i, pamuklu mensucatın %75'i ve kadifenin %50'si yine Çin malıdır.⁴⁴

6. KOTALARIN KALKMASI SONRASINDA ÇİN'İN DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TEKSTİL VE KONFEKSİYON TİCARETİNE ETKİSİ

1 Ocak 2005 tarihi itibarıyla ATC'nin sona ererek kotaların kalkacak olması nedeniyle dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinin değer olarak artacağı, ancak sektörün dünya ticareti içindeki payında önemli bir değişim olmayacağı beklenmektedir. Öte yandan net ihracatçı olan birçok ülkenin bu pozisyonlarının zayıflayacağı ve hatta bu ülkelerin net ithalatçı olabileceği ileri sürülmektedir.⁴⁵

Dünya Bankası tarafından yapılan bir araştırmaya göre, 2005 yılı itibarıyla Çin'in dünya tekstil ve konfeksiyon pazarının %50'sini ele geçirmesinin söz konusu olduğu hesaplanmıştır. Bu bağlamda tekstil ve konfeksiyonda Japonya'nın kendi kendine yeterliliğinin %59, AB'nin %38, ABD'nin ise %32 oranında azalacağı öngörülmektedir.⁴⁶

⁴³ Fadime ÇOBAN, "Tekstilde Çin Endişesi", *Capital*, <http://www.capital.com.tr/c/0803/cin.asp>, (Erişim: 10.05.2004), s. 3.

⁴⁴ KOSGEB, s. 19-21.

⁴⁵ KANOĞLU ve ÖNGÜT, s. 3, 4.

⁴⁶ *Competitive Advantage of Turkey*, "Türkiye Çin ile Maliyette Liderlik rekabetinden Vazgeçmeli", http://www.competitiveturkey.org/trial/dunya_2005_raporu.html, 30 Ekim 2003, (Erişim: 27.05.2004), s. 1.

Kısa ve orta vadede AB ve ABD'nin konfeksiyon alanında en önemli pazar olma konumlarını korumaları beklenmektedir. Ancak kotaların kalkmasıyla birçok küçük ülke kendileri için garanti olan pazarları kaybedecektir. Yapılan çalışmalara göre, 2005-2006 yıllarında sektörde belli başlı alıcıların ithalat yaptığı ülke sayısı önemli ölçüde azalacaktır.⁴⁷

Çin ise 2005 yılı sonrasında fiyat avantajının yüksek olduğu Pakistan ve Endonezya gibi ülkelere karşı teknolojik üstünlüğe de sahip olduğunun bilinci içinde, çevresinde oldukça kaliteli kumaş üretme kapasitesine sahip Japonya, Tayvan ve Güney Kore gibi ülkelerin bulunmasını bir avantaj olarak kabul etmek noktasından hareketle sektöre devlet tarafından daha ziyade destek sağlamaktadır. Bu doğrultuda bir ihracat politikası izleyerek, projeksiyonlar yapmaktadır.⁴⁸

Dolayısıyla 2005 sonrasına hazırlık olması adına ABD ve AB diğer gelişmekte olan ülke gruplarıyla serbest ticaret anlaşmaları yaparak Çin'e karşı tekstil ve konfeksiyon sanayiilerini ve ticaretlerini korumaya çalışmaktadırlar. Bunun yanı sıra Pakistan ve Hindistan de konumlarını sağlamlaştırmak için yeni devlet politikaları oluşturmakta, tekstil sektörünün modernizasyonunu sağlamak için Çin'le işbirliği yapmaktadırlar.⁴⁹

Tüm tekstil ve konfeksiyon kotalarının kalkmasıyla Türkiye'nin daha ziyade düşük katma değer içeren ve henüz tam olarak uluslararası arenada marka haline gelmemiş tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin ihracatında, ABD ve AB piyasalarındaki şansı azalmaktadır. Öte yandan Türkiye'nin de Çin'e karşı kota ve gümrük tarifelerini kaldıracak olması, dış piyasada olduğu gibi iç piyasada da Çin rekabeti karşısında yerli üreticileri zorlayacaktır.⁵⁰

Tablo 5: Çin'in Kota Uygulanan Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı

Ülke	İhracat (milyar dolar)	Oran (%)
ABD	3.637	41.39
AB	4.634	52.73
Kanada	517	5.88
Toplam	8.788	100.00

Kaynak: Musa DEMİR, **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü, Muhtemel Trendler, Çin ve Asya Tehlikesi, Türkiye'ye Etkileri**, DTM Yayınları, Ankara, 2002, s.9

Tablo 5'de görüldüğü gibi Çin, kendisine tekstil ve konfeksiyon ihracatında uygulanan kotalara rağmen en büyük ihracatı AB pazarına yapmaktadır. Bu durum, Türkiye'nin en büyük tekstil ve konfeksiyon ihracat

⁴⁷ Feyza PAKER, **Dünyada Tekstil Sektörü**, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2003, s. 4.

⁴⁸ Musa DEMİR, **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü**, DTM Yayınları, Ankara, 2002, s. 11.

⁴⁹ ANBARCI, "2005 ...", s. 18.

⁵⁰ Mustafa PULAT, **Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dünya Ekonomisindeki Yeri ve DTÖ Bağlamında Türkiye-ÇHC İlişkileri**, <http://www.mfa.gov.tr/turkce/grupe/ues-6/CinHalkCumhuriyeti.htm> (Erişim: 15.05.2004), s. 4.

pazarı olan AB'de, Çin'e karşı rekabet edebilmesi için gerekli önlemleri gecikmeden almaya başlamasının zorunluluğunu ortaya koymaktadır.

7. TÜRKİYE'NİN TEKSTİL VE KONFEKSİYON TİCARETİNDEKİ SORUNLARA YÖNELİK ÇÖZÜMLER

Çin'in WTO'ya üye olmasıyla belirginleşmeye başlayan ve 2005'den itibaren dünya tekstil ve konfeksiyon pazarlarında daha da artacak olan Çin rekabeti karşısında Türkiye'nin pazar payını korumak ve geliştirmek amacıyla oluşturması gereken politikalardan başlıcaları şunlardır:

- Çin malları işçi ücretlerinin, vergi oranlarının, enerji maliyetlerinin vb. üretim giderlerinin düşük olması nedeniyle dış piyasalarda büyük talep görmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de de üretim maliyetleri aşağıya çekilmeye çalışılmalıdır. Bu doğrultuda tekstil ve konfeksiyon üretiminde kullanılan hammaddelerin, makine ve teçhizatın ithalatı kolaylaştırılmalı, sektöre yönelik vergi oranları aşağıya çekilmelidir. En önemli maliyet unsuru olan

- Dünya pazarlarında Çin mallarıyla rekabet edebilmek için üretim maliyetlerini düşürmek yeterli değildir. Aynı zamanda tekstil ve konfeksiyon üreticilerinin de, yüksek kâr marjından vazgeçerek piyasadaki fiyatların gerçek seviyelerine inmesini sağlamalıdır.

- Çin'den ithal edilen malların yanı sıra Çin menşeyli birçok ürün de kaçak olarak Türkiye'ye girmektedir. Bu nedenle gümrük kontrolleri daha sıkı tutulmalıdır.⁵¹ Ayrıca dış ticaretle ilgili kurumlar arasında koordinasyon artırılmalıdır.

- Çin, WTO'nun "pazara giriş" kurallarına uyum sürecinde yeni yatırım imkânları sağladığı için sadece bir rakip olarak değil, yatırım yapılabilecek bir pazar olarak da değerlendirilmelidir.

- Marka yaratmaya ve yüksek teknolojiye dayalı, rekabetin daha az olduğu kaliteli, kâr marjı yüksek ürün üretimine ve ihracatına yönelmelidir. Bununla ilgili olarak Çin'in süratle yürüttüğü çalışmalar karşısında hızlı davranılmalıdır.

- Yüksek teknolojiye dayalı tekstil ve konfeksiyon ürünleri üretebilmek için, sektörde Ar-Ge ve eğitim çalışmalarına önem verilmelidir.

- Çin'in 2001 yılı 4. çeyreğini kapsayan bir araştırmaya katılan bireylerin %50'sinin, yüksek kaliteli ürünleri talep ettiği tespit edilmiştir.⁵² Dolayısıyla Çin'de değişmeye başlayan tüketim kalıplarına bağlı olarak Çin pazarına markalı ürün ihracatı yapılmasına önem verilmelidir.

⁵¹ Cazibe ULUTAŞ, "Çin'den Gelen Kalitesiz Rekabet", *İtovizyon*, S. 10, (Kasım 2003), s. 37.

⁵² Hong Kong Başkonsolosluğu Ticaret Ateşeliği, *Çin Halk Cumhuriyeti'nin Büyük Şehirlerindeki Konfeksiyon Ürünleri Pazarı Hakkında Bir Araştırma*, İstanbul, 2002, s. 10.

- 25.03.2000 tarih ve 24.000 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak kabul edilen “Turquality-From Turkey” ibaresinin⁵³, ihraç ürünlerinin üzerine uygulanarak Türk mallarının yüksek kaliteye sahip olduğu imajının dış piyasalarda yerleştirilmesi desteklenmelidir.⁵⁴

- 1989 yılında, dampingli veya sübvansiyonlu mal ithalatının yerli üretim üzerinde neden olduğu zarara veya zarar tehdidine karşı önlemleri düzenleyen “İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında” bir mevzuat yürürlüğe girmiştir. Bu mevzuat, 1999 yılında “WTO Anti-Dumping Anlaşması ve Sübvansiyonlar” ve “Telâfi Edici Önlemler Anlaşması” çerçevesinde yeniden düzenlenmiştir. Ancak Çin’in WTO’ya üyeliğinin kabul edilmesi ve 2005 yılından itibaren tekstil ve konfeksiyon sektöründe uygulanmakta olan kotaların kalkacak olması gibi değişen koşullara uygun olarak söz konusu mevzuat yeniden düzenlenmelidir. Zira bu mevzuat bağlamında getirilen antidamping vergileri, vergiye konu olan ürünlerin yerli üreticilerinin karşılaştığı zararın telâfisinde etkili olduğu görülmektedir.⁵⁵

- Sektörel dış ticaret şirketi modeli yoluyla üreticilerin mali, teknik ve idari imkânları, dış pazarlama faaliyetleri için biraraya getirilerek ihracat performansları artırılmalıdır.⁵⁶

- Çin’in gerek iç pazarında gerekse dış pazarlarda izleyeceği ticaret politikası yakından takip edilmeli, buna göre stratejiler belirlenmelidir.

- Tekstil ve konfeksiyon sanayiinin gelişim safhaları içinde pazarlamadan dağıtım aşamasına geçilmelidir.⁵⁷ Böylece ürün geliştirme ve dağıtım süreçleri kısaltılarak Çin’den daha avantajlı olunan hızlı tedarik ve hizmet üstünlüğü korunmalıdır.

- Pazarlama ve dağıtım süreçlerinin kısaltılması için e-ticaretten daha çok yararlanılmalıdır.

- Sektördeki meslek kuruluşları yeniden yapılandırılmalı, turizmde olduğu gibi bir bakanlık ve/veya üniversiteler ile ilgili meslek kuruluşlarının biraya geldiği Tekstil-Konfeksiyon Konseyi kurulmalıdır.⁵⁸

SONUÇ

Çin düşük işgücü maliyetleri, devlet destekleri, hem AB hem de ABD ile yaptığı serbest ticaret anlaşmaları ve ATC kapsamında bazı ürünlerde kaldırılan ve/veya genişletilen kotalar sonucunda geniş bir ihracat pazarı elde etmiştir. Hakkında açılan antidamping soruşturmaları ve özel

⁵³ T.C. Resmi Gazete, (25.03.2000), S. 24000.

⁵⁴ T.C. Resmi Gazete, (28.08.2003), S. 25213.

⁵⁵ İtovizyon, “Çin’den Gelen Kalitesiz Rekabet”, S. 10, (Kasım 2003), s. 39.

⁵⁶ Ayşegül ÇELİK, “Çin Pazarının Türk KOBİ’leri Açısından Değerlendirilmesi”, *Sanayicinin Sesi*, S. 12, (Ocak-Şubat 2004), s. 38.

⁵⁷ Birol EFE, *Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü*, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2003, s. 7.

⁵⁸ Hüsnüye GÜLER ve Seçil BAŞMANAV, “Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Tekstil ve Hazır Giyim Sektörümüz”, *Sanayicinin Sesi*, S. 8, (Haziran 2002), s.12.

korunma önlemlerine rağmen dünya tekstil ve konfeksiyon pazarlarında büyük ölçüde söz sahibi olmuştur. Çin'in elde ettiği bu rekabet gücünün ekonominin her alanında, uzun vadede de artarak süreceği beklenmektedir. Zira Çin'de halâ sanayiye işgücü oluşturabilecek 600 milyon kadar kırsal nüfus bulunmaktadır. Dolayısıyla gelişmekte olan ülke pazarlarına büyük ölçüde katma değeri düşük tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihraç etmektedir. Öte yandan Ar-Ge, eğitim faaliyetleri, yüksek teknoloji ve tasarım alanlarında yapmaya başladığı yatırımlarla da gelişmiş ülke pazarlarına katma değeri yüksek tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihraç etme olanağı bulunmaktadır. Bu bağlamda dış talebe hemen cevap verebilmek için, ulaştırma altyapısına yönelik devasa yatırımlar yapmaktadır. Dışa açılma süreciyle birlikte her alanda yabancı yatırımcılara kapılarını açmakta olan Çin, ihracatını engellemek amacıyla özel korunma önlemlerine başvuracak ülkelere karşılık, devasa iç pazarında devlet müdahalesini sürdürmektedir. Öte yandan WTO üyeliğinden kaynaklanan özel korunma önlemlerine diğer üyeler gibi Çin'in de başvurma hakkı bulunmaktadır.

Dolayısıyla Türkiye öncelikle tekstil ve konfeksiyon üretiminde maliyetleri düşürme şeklinde, Çin rekabetine karşı kısa vadeli çözümler bulmalıdır. Ancak daha çok uzun vadede fayda sağlayacak çözümler geliştirmek esas olmalıdır. Buna göre Türkiye'nin katma değeri yüksek ürünlerin üretimine eğilmesi, ulaştırma ve lojistikte Çin'e olan üstünlüğünü koruması AB ve ABD pazarlarındaki payını kaybetmemesi açısından önemlidir. Çin pazarında kendisine yer bulmak adına ise gerek AB ve ABD gerekse Çin ile ticaret anlaşmaları yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

1. ANBARCI Onur, "2005 Sendromuna 640 Gün Kaldı...Çin Tekstilde "Tekel" Olacak Mı?", **Tekstil İşveren Dergisi**, S. 279, (Mart 2003).
2. ANBARCI Onur, "Tekstilin Önündeki En Büyük Handikap Strateji Eksikliği", **Tekstil İşveren Dergisi**, S. 281, (Mayıs 2003).
3. ANSON Robin ve Paul SİMPSON, **World Textile Trade and Production Trends**, The Economist Intelligence Unit, Londra, 1998.
4. BAŞLAR Atilla, **Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliğinin Çin Ekonomisi, Dünya Ticareti ve Türkiye Üzerinde Olası Etkileri**, Sınai Yatırım Bankası Yayınları, İstanbul, 2001.
5. **China Daily**, "EU to Increase Textile Quotas", http://service.china.org.cn/link/wcm/show_Text?info_id=92129&p_qry=textile (Erişim: 22.05.2004).
6. **Competitive Advantage of Turkey**, "Türkiye Çin ile Maliyette Liderlik rekabetinden Vazgeçmeli", http://www.competitiveturkey.org/trial/dunya_2005_raporu.html, 30 Ekim 2003, (Erişim: 27.05.2004).
7. ÇAKIROĞLU Deniz ve Ebru GÜLSOY, **Çin ve Hong Kong Ülke Raporu**, İGEME Yayınları, İstanbul, 1999.

8. ÇELİK Ayşegül, “Çin Pazarının Türk KOBİ’leri Açısından Değerlendirilmesi”, **Sanayicinin Sesi**, S. 12, (Ocak-Şubat 2004).
9. ÇIRAKOĞLU Sami, “Tekstil: Şimdi Özeleştiri Zamanı”, **Ekovizyon**, S. 25, (Ekim 1999).
10. ÇOBAN Fadime, “Tekstilde Çin Endişesi”, **Capital**, <http://www.capital.com.tr/c/0803/cin.asp>, (Erişim: 10.05.2004).
11. DEMİR Musa, **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü**, DTM Yayınları, Ankara, 2002.
12. **Dönemeç**, “Çin’de Altı Yılın Büyüme Rekoru”, S.75, (Ocak-Şubat 2004).
13. DTM, **Çin Ev Tekstili Pazarı Araştırması**, <http://www.dtm.gov.tr/pazaragiris/ulkeler/cin/cin-rap-sek-evt.htm> (Erişim: 15.05.2004).
14. EFE Birol, **Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü**, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2003.
15. **Ekonomik Forum**, “2005 Yılı Beklemeye Gerek Yok”, S.2, (Şubat 2004).
16. GÜLER Hüsniye ve Seçil BAŞMANAV, “Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Tekstil ve Hazır Giyim Sektörümüz”, **Sanayicinin Sesi**, S. 8, (Haziran 2002).
17. Hong Kong Başkonsolosluğu Ticaret Ateşeliği, **Çin Halk Cumhuriyeti’nin Büyük Şehirlerindeki Konfeksiyon Ürünleri Pazarı Hakkında Bir Araştırma**, İstanbul, 2002.
18. <http://www.itkib.org.tr> (Erişim: 17.05.2004).
19. **İtovizyon**, “Çin’den Gelen 246 Mal Mercek Altında”, S. 10, (Kasım 2003).
20. KANOĞLU Neşe ve Ç. Emrah ÖNGÜT, **Dünyada ve Türkiye’de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye’nin Rekabet Gücü**, DPT Ya. No. 2668, Ankara, 2003.
21. KEMENADE William van, **Çin, Hong Kong, Tayvan A.Ş., Yeni Bir İmparatorluk**, çev. Armağan Anar, Sabah Kitapları Ya. No. 92, İstanbul, 1999.
22. KOSGEB, **Çin Halk Cumhuriyeti Raporu**, Ankara, 2004.
23. LESTER Richard, **China, America, and the Global Competition for Industry**, Massachusetts Institute of Technology, Industrial Performance Center, http://web.mit.edu/ipc/www/publications-2_body.html (Erişim: 27.05.2004).
24. **Los Angeles Times**, “U.S. Textile Makers Seek to Restrict Chinese Imports”, <http://216.239.59.104/univ/mit?q=cache:9nAKcbAVAHUJ:www-tech.mit.edu/V122/...>, 6 Eylül 2002, (Erişim: 27.05.2004).
25. MADDİSON Angus, **Chinese Economic Performance In The Long Run**, OECD Yayınları, Paris, 1998.

26. NAİSBİTT John, **Megatrendler, Dünyayı Değiştiren Asya'daki Sekiz Megatrend**, çev.Ulaş Kaplan, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1997.
27. ÖZTÜRK, Hüseyin, “Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Ticaretine Uygulanan Ticaret Politikası Önlemlerinin Dünü, Bugünü ve Geleceğinin İrdelenmesi”, **Dış Ticaret Dergisi**, S. 12, (Ocak 1999).
28. ÖZTÜRK Murat Alper ve Nihat ALPER, “Tekstilde 2005 Stratejisi ve KOBİ’ler için Öneriler”, **Sanayicinin Sesi**, S. 13, (Mart-Nisan 2004).
29. PAKER Feyza, **Dünyada Tekstil Sektörü**, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2003.
30. PAZARCIK Orhan ve İdil DOĞAN TURUNÇ, “Türkiye’de Tekstil Sanayi Teknolojisinin Mevcut Durumu ve İhracat Açısından Geleceği”, **Tekstil İşveren Dergisi**, S.101, (Ağustos 1986).
31. PULAT Mustafa, **Çin Halk Cumhuriyeti’nin Dünya Ekonomisindeki Yeri ve DTÖ Bağlamında Türkiye-ÇHC İlişkileri**, <http://www.mfa.gov.tr/turkce/grupe/ues-6/CinHalkCumhuriyeti.htm> (Erişim: 15.05.2004).
32. ROSEN Daniel H., **China and the World Trade Organization: An Economic Balance Sheet**, Institute for International Economic, Haziran 1999, <http://www.iie.com/publications/pb/pb99-6.htm> (Erişim: 22.05.2004).
33. SACHS Jeffrey D., “Welcome to the Asian Century”, **Fortune**, <http://www.earthinstitute.columbia.edu/about/director/pubs/fortune104.pdf> (Erişim: 07.05.2004).
34. SAYGILIOĞLU Nevzat, “Dış Ticaretimizde Çin Gerçeği ve Gümrüklerimizin Konumu”, **Sanayi**, S. 457, (Nisan 2004).
35. SEVİM Ümit, **Hazır Giyim: Alternatif Pazarlar**, İGEME Yayınları, Ankara, 1999.
36. SEVİM Ümit, **Türk Hazır Giyim Sanayinin İhracat İmkânları**, İGEME Yayınları, Ankara, 2002.
37. ŞAHİNALP Bülent, **Türk-Amerikan Ekonomik ve Ticari İlişkilerinin Analizi ve Geleceğe Yönelik Öneriler**, TÜSİAD Ya. No. TÜSİAD-T/2002-12/347, İstanbul, 2002.
38. **T.C. Resmi Gazete**, (25.03.2000), S. 24000.
39. **T.C. Resmi Gazete**, (28.08.2003), S. 25213.
40. TCMB, **Sektör Bilançoları (1996-1998)-1, İmalât Sektörü’99**, Ankara, 1999.
41. **Tekstil İşveren Dergisi**, “ Tekstilde İki Yıl Önceki Heyecan Kayboldu”, S. 239, (Kasım 1999).
42. TGSD, **Türkiye Hazır Giyim ve Tekstil Sanayi 2000 Yılı Değerlendirmesi Rapor Özeti, Başlıca Saptamalar**, <http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/gelen6.htm> (Erişim: 12.05.2004).

43. ULUTAŞ Cazibe, “Çin’den Gelen Kalitesiz Rekabet”, **İtovizyon**, S. 10, (Kasım 2003).
44. WTO, **A Summary of The Final Act of The Uruguay Round, Agreement on Textiles and Clothing**, http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/ursum_e.htm (Erişim: 27.05.2004).
45. WTO, **Textiles: Agreement, Textiles Monitoring Body (TMB) The Agreement on Textiles and Clothing**, http://www.wto.org/english/tra-top_e/texti_e/texintro_e.htm (Erişim: 27.05.2004).
46. WTO, **Understanding The WTO: The Agreements, Textiles: back in the mainstream**, http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm5_e.htm (Erişim: 27. 05.2004).
47. WTO, **WTO Successfully Concludes Negotiations on China’s Entry**, http://www.wto.org/english/news_e/pres01_e/pr243_e.htm (Erişim: 22. 05.2004).
48. **Xinhua News Agency**. “Textile Sector Investment Hits US\$25 Billion in 2003), http://service.china.org.cn/link/wcm/show_Text?info_id=92877&p_qry=textile , 13 Nisan 2004, (Erişim: 22.05.2004).