

TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİNDE TEKSTİL-GİYİM SEKTÖRÜNÜN YERİ ve YENİ REKABET DÖNEMİ

New Rivalry Era and Place of Textile-Clothing Sector in Turkey’s Foreign Trade

Abdullah UĞUR

*Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Coğrafya Bölümü
ugur@humanity.ankara.edu.tr*

Özet: Türkiye’nin dış ticareti açısından tekstil-giyim sektörünün ele alındığı bu makalede; tekstil-giyim sektörünün geçmişten günümüze dış ticaretimizdeki gelişimi, bu gelişimi etkileyen iç ve dış etkenler ile sektörün 2005 yılından itibaren gireceği yeni rekabet döneminin dış ticaretimizi nasıl etkileyebileceği tartışılmıştır. Türkiye’nin de taraf olduğu Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)’nün Tekstil ve Giyim Anlaşması’na göre 2005 yılından itibaren tekstil-giyim ürünlerinde ülkeler arasındaki ticarete tüm sınırlamalar kalkacaktır. Bugün ihracatımızda en büyük oranı oluşturan ve tarımdan ticarete kadar oldukça geniş bir yelpazede ekonomimizi etkileyen tekstil-giyim sektörümüzün gireceği bu yeni rekabet dönemi, dış ticaretimizi ve dolayısıyla ülke ekonomimizi kısa ve uzun vadede nasıl etkileyebileceği irdelenmiştir. Bu bağlamda giderek küreselleşen dünya ekonomisi boyutu da dikkate alınarak tekstil-giyim sektörümüzün yeni rekabet döneminde iç ve dış ticaretimizdeki durumunun nasıl geliştirilebileceği üzerinde durulmuştur.

Anahtar kelimeler: Tekstil-giyim sektörü, Türkiye, Dış ticaret, Tekstil ve Giyim Anlaşması, Kalkınma

Abstract: This article have two main subjects; first, development of textile-clothing sector from past to today together with national and international factors affected on development. Second, important subject is about new rivalry era starting in 2005 and effects on Turkey’s export. Turkey is one of members of World Trade Organization (WTO) which according to WTO Textile-clothing Agreement all quotas will be cancelled in the year 2005. Recently textile-clothing sector has biggest part in Turkey’s export products which it is important role from agriculture to trade in national economy. Short and long term influences of new rivalry era on Turkey’s export and economical conditions and development plans for national trade and export are discussed in this article.

Keywords: Textile-clothing sector, Turkey, Foreign export, Textile-clothing Agreement, Development.

1. Giriş

Ülkeler gelişmelerinde kendi kendilerine yeterli olamadıklarından, aralarında mal ticareti doğmuştur. Dış ticaret olarak ifade edilen bu faaliyetin, ülkelerin büyümesinde çok önemli bir yeri olmakla birlikte bu büyümenin sağlıklı ve sürekli olmasında yapılan ticaretin yapısı başlıca etken olmaktadır. Genel olarak ürünlerin hammadde ya da işlenmiş olmasını kapsayan bu yapı, ülkelerin gelişmişlik seviyesiyle paralellik göstermektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin birçoğu genelde hammadde ya da yarı mamul madde ihraç ederlerken, ithalatları daha çok bilgi ve teknoloji

Teslim, Kasım 2004; düzeltme, Kasım 2004; kabul, Aralık 2004.

Initial submission, November 2004; revised submission, November 2004; Final acceptance; December 2004.

gerektiren mamul maddelerden oluşmaktadır. Hammadde niteliğindeki ürünlerin işlenmiş ürünlere göre daha az katma değer sağlaması, bu ülkelerde ticaret dengesinin bozulmasına ve dolayısıyla dış ticaret açıklarının artmasına neden olmaktadır. Oysaki bu ülkelerde ürünlerin hammadde yerine işlenerek ihraç edilmesiyle bir yandan sanayi sektörlerinin gelişimiyle yeni istihdam alanları yaratılacağı gibi diğer yandan ithalatın azalması ve katma değer artmasıyla dış ticaret dengeleri ihracat lehine gelişerek, sağlıklı ve hızlı bir büyüme elde edilmiş olunur. Bu nedenledir ki gelişmekte olan bir çok ülke gibi Türkiye de ihracatında sanayi ürünlerini artırmak için sürekli bir çaba içinde olmuştur. Türkiye, sanayi ürünleri ihracatında ise en büyük başarıyı tekstil-giyim sektöründe sağlamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ithal ikameci bir sanayileşme politikasına bağlı olarak tekstil-giyim alanında yapılan yatırımlarla bu sektör 1960'ın sonlarına doğru ülke tüketimini bütünüyle karşılar olmuştur. Tekstil-giyim sektörü 1970 ve özellikle 1980'den sonra dışa açılma politikaları ve sağlanan teşviklerle ihracatımız içindeki en büyük oranı oluşturarak ödemeler dengesini finanse eden başlıca sektör olmuştur. Ancak gelişen küreselleşmenin de etkisiyle son yıllarda başta Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere üretim maliyetinin daha düşük olduğu uzakdoğu ülkelerinin pazar alanlarımızda etkinliğini arttırmasıyla Türkiye'nin tekstil-giyim ihracat artışı giderek olumsuz etkilenmeye başlamıştır. Bununla birlikte 2005 yılından itibaren Türkiye'nin de taraf olduğu Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'nün Tekstil ve Giyim Antlaşması'na göre tekstil-giyim alanındaki tüm kotaların kalkacağı göz önüne alındığında bu alandaki ürünlerimize dış ticaretteki rekabetin daha da artacağı yeni bir döneme girilmektedir.

Günümüzde tekstil-giyim sektörü gerek sermaye gerekse teknik altyapıyı oluşturarak gelişmekte olan birçok ülke gibi Türkiye'nin de sanayileşmesinde lokomotif görevini yerine getirmektedir. Ayrıca bu sektörün yapısı gereği yoğun işgücü gerektiren bir imalat türü olması nedeniyle istihdam açısından da başlıca imalat kolu haline gelmiştir. Tekstil-giyim sektörü geçmişte bugünün birçok sanayileşmiş ülkesinde benzer etkiyi yaparak bu ülkelerin sanayileşip kalkınmasında temel teşkil etmiştir. Gelişmiş ülkelerden farklı olarak Türkiye'nin tekstil-giyim sektöründe hem hammadde hem de işgücü ve iç tüketim açısından büyük kapasiteye sahip olması, bu sanayi kolunu daha da önemli kılmaktadır. Türkiye'nin tekstil-giyim sektörü bugün, tarımından ticaretine istihdamından diğer sanayi kollarına kadar oldukça geniş bir yelpazede ülke ekonomisini etkilemektedir. Bu nedenle sektörün dış ticarete gireceği yeni rekabet dönemi ülke ekonomisi açısından hayati bir önem taşımaktadır. Tekstil-giyim ürünlerinin dış ticaretimizdeki yeri ile 2005 yılında gireceği yeni rekabet döneminde nasıl etkileneceğinin ortaya konulması, çalışmamızın başlıca amacını oluşturmaktadır. Bu amaca ulaşmak için ilk olarak tekstil-giyim ürünlerinin dış ticaretimiz içindeki yerinin geçmişten günümüze kadar ulaştığı boyutu ortaya konulmuştur. Ardından giderek küreselleşen dünya ekonomisi dikkate alınarak tekstil-giyim sektörünün dünya ticaretindeki yeri ve bu alanda ülkemiz ile rekabet eden diğer önde gelen ülkeler karşılaştırılmıştır. Daha sonra 2005 yılında bu alanda girilecek yeni rekabet döneminde tekstil-giyim ürünlerimizin dış ticaretimizdeki durumu, ülke ekonomisini kısa ve uzun vadede nasıl etkileyebileceği ve bu durumdan etkilenmeden neler yapılabileceği tartışılmıştır.

1.2. Veri ve Yöntem

Araştırmaya öncelikle Türkiye'nin ekonomik yapısı ve gelişimini ele alan genel literatür taramasıyla başlanmış, ardından Türkiye'nin dış ticaretiyle tekstil-giyim sektörünü konu alan kaynaklarda yoğunlaşmıştır. Bir sonraki aşamada ise Türkiye'nin dış ticareti ve bu ticaret içindeki tekstil-giyim ürünlerinin oranı için Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)'nin ve Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM)'nin konuyla ilgili verileri elde edilmiştir. Ayrıca tekstil ve giyimde önde gelen ülkeler ile Türkiye'nin bu ülkeler içindeki durumu için Birleşmiş Milletler (BM) ve DTÖ yıllıkları ile yine DTM ve DİE'nün verilerinden faydalanılmıştır. Sonuçta tüm bu kaynak ve istatistik verilerden amacımıza uygun olarak çizelgeler elde edildikten sonra analizi yapılarak çalışma tamamlanmıştır.

Son yıllarda birçok alanda olduğu gibi tekstil-giyim ticaretinde de uzakdoğu ülkeleri özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'nin giderek artan egemenliğinin 2005 yılında daha da artacağına dair çalışmalar

yapılmıştır. Güvenen, 1988; Nebioğlu, 2001; Kotan ve Sayan, 2003; Gürleses ve diğerleri, 2003; Turan, 2004; Institut Française De La Moda, 2004; bu çalışmaları yapanlardan bazılarıdır. Dünya tekstil-giyim ticaretindeki bu çalışmalarla birlikte ülkemizin dış ticareti (Seyidoğlu, 1982; Engin, 1992 DPT, 2000; Avcı, 2000b; Yavan, 2001), sanayisi (Cillov, 1949; Kara, 1981, 2004; Mutluer, 1995, 2004; Quataert, 1999; DPT, 2001) ve iktisat tarihi (Tokgöz, 1999; Pamuk, 2003a, Kazgan, 2004) hakkında bugüne kadar genel, bölgesel ve lokal olarak yapılan birçok çalışmada tekstil-giyim ve dış ticaret konusuna da değişik açılardan değinilmiştir. Ancak ülkemizin sanayileşme ve dış ticaret yapısı da dikkate alınarak geçmişten günümüze kadar kapsamlı olarak tekstil-giyimin dış ticaretteki yeri ve gireceği yeni rekabet dönemi ele alan bir çalışmanın yapılmamış olması bu araştırmayı daha da gerekli kılmaktadır.

2. Türkiye'nin dış ticaretinde tekstil-giyim sektörünün gelişimi

Türkiye'nin dış ticareti içinde tekstil-giyim sektörünün bugünkü yerinin anlaşılabilmesi ve gelecekle ilgili sağlıklı tahmin ve planların yapılabilmesi ancak bu sektörün dış ticaret içindeki ve dolayısıyla ülke ekonomisi içindeki gelişiminin analiziyle mümkündür. Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze kadarki zaman dilimini kapsayan bu gelişimin daha kolay anlaşılabilmesi açısından öncelikle cumhuriyet öncesi döneme kısaca değinilmiş, ardından cumhuriyet dönemine geçilmiştir. Cumhuriyet dönemi ise başlıca üç gelişim evresi altında incelenmiştir. Bu evrelerin tespitinde; tekstil-giyim sektörünün dış ticaretteki gelişiminde etkili olan ülkemizin iç ve dış ekonomik ve sosyal gelişmeleri ile bunlara bağlı olarak gelişen sanayileşme süreci, iktisat ve dış ticaret politikaları dikkate alınmıştır.

2.1. Cumhuriyet öncesinde tekstil-giyim sektörünün dış ticaretteki yeri

Beslenme ve barınma gibi giyinmenin de insan hayatının en temel ihtiyaçlarından biri olması bu gereksinimi sağlayan tekstil-giyim sanayisini yeryüzünde ilk kurulup gelişen imalat türlerinden biri haline getirmiştir. Dünyada en eski yerleşim alanlarından biri olan Anadolu'nun tekstil-giyim üretimi ve dolayısıyla da dış ticarete önemli bir merkez haline gelmesi, antik çağlara kadar uzanır. Anadolu yüzyıllar boyunca sadece üzerinde yaşadığı nüfusa yaşam sağlamakla kalmamış, aynı zamanda üretim fazlası olan birçok tarımsal, madensel ürünler gibi tekstil ürünlerini de ihraç etmiştir. Nitekim Roma döneminin ünlü devlet adamı Cicero'nun Anadolu için "topraklarının verimliliği, ürünlerinin çeşitliliği ve ihraç mallarının bolluğu açısından birçok ülkeyi geride bırakır" sözleri de bu durumu açıklar niteliktedir (Malay, 1982: 50). Bunda şüphesiz Anadolu'nun sahip olduğu uygun doğal ortam ve buna bağlı olarak zengin bir hammadde kaynağının varlığı bu imalat kolunun gelişiminde ana etkenlerden biri olmuştur.

Hayvancılığın önemli bir geçim kaynağı olduğu Anadolu'nun birçok bölgesinde tekstil-giyim endüstrisinin doğması kaçınılmazdı. Gerçekten de bu sanayi kolu Anadolu'daki nüfusun önemli bir kısmının geçimini sağlamaktaydı. Özellikle ihracata yönelik bir üretimin yapıldığı Sardis (Sart), Miletos (Milet), Thyateira (Akhisar), Leodikeia (Goncalı) ve Hieropolis (Pamukkale) şehirleri dokuma mamulleri ile ün salmışlardı. Ege limanlarının yoğun ticari bağlantılarında bu şehirlerde üretilen tekstil-giyim ürünlerinin önemli etkisi bulunmaktaydı (Malay, 1982: 50,57-60; Sevin, 2001: 102-103, 211-212). Bizans döneminde ise Anadolu'da yünlü dokumacılıkla beraber pamuklu dokumacılığın da oldukça gelişmiş olduğu belirtilmektedir (Akdağ, 1999a: 103). XI. yüzyıl sonlarına doğru Anadolu'da egemen olmaya başlayan Selçuklular döneminde dokuma ürünleri dış ticarete konu olan başlıca mamul maddelerden biri olarak karşımıza çıkar. Öyle ki Türkler sahip oldukları dokumacılık kültürünün etkisiyle Anadolu'da mevcut dokumacılık sanayisine uyum sağlamada gecikmeyerek, başta Denizli, Alaşehir, Konya, Aksaray, Ankara, Kayseri ve Erzincan olmak üzere birçok kasaba ve şehirde bu faaliyeti daha da geliştirerek devam ettirmişlerdir. Sürülerle koyun sahibi olan Türkmenlerin pek ustalıklı dokudukları halı, kilim ve çeşitli kumaşları dünyaca tanınıyordu. Anadolu'dan Avrupa'nın çeşitli ülkelerine halı, kilim ve ipekli kumaşlar ihraç ediliyordu (Akdağ, 1999a: 26-27). Selçuklulardan sonra Beylikler ve Osmanlı Devleti'nin ilk yüzyıllarında önemini

koruyan tekstil-giyim sektörü, bundan sonraki yüzyıllarda da önemini sürdürmüştür. XVI. yüzyıl ortalarında artık milli bir karakter kazanmış dokuma sanayisinin; yünlü, pamuklu ve ipekli ürünleri ihracat mallarının önemli bir bölümünü oluşturmaktaydı. Bununla birlikte bir zamanlar Anadolu piyasasında çok az sürüm yapabilen “Frenk dokuma ürünleri” XVI yüzyıl ortalarına doğru çoğalmaya başlamış, bu yüzyılın ikinci yarısında ise yerli yapım mallarının karşısına tehlikeli bir rakip olarak dikilmiştir. Öyle ki batı, doğu ile sıkı ticari ilişkiler kurmasının bir sonucu olarak, doğudan öğrendiği dokuma zanaatını geliştirmesiyle bu yüzyılın sonlarında rekabet edebilecek konuma gelmişti. O kadar ki kimi İranlı tüccarlar eskiden olduğu gibi ülkelerinden getirdikleri ham iplik ve ibrişimleri Bursa ve İstanbul’da Frenk çuhalarıyla değiştirmeye yada buradan bu ürünleri satmak yerine, direk bu ülkelere götürüyorlardı. Hiç şüphesiz eskiden Bursa ipek endüstrisini besleyen Acem ibrişim ve ham iplikleri, Avrupa piyasasına kaymaya başlamıştı. Bunda o dönemin siyasi olaylarının yanısıra Amerika kıtasının keşfi sayesinde cepleri altın ve gümüşle dolmaya başlayan Avrupalı hammadde toplayıcılarının bu ürünlere daha yüksek fiyat vermesi de etkili oluyordu (Akdağ, 1999b: 117-119, 136-137). Ancak XVI. yüzyılda Anadolu’daki dokumacılık pek gelişmiş bir seviyedeydi ve Bursa’nın ipekli, Ankara’nın sof kumaşları, özel desenleri ve kalitesiyle başta İngiltere ve Hollanda olmak üzere Avrupa ve Arap memleketlerine ihracı devam etmiştir. XVI. yüzyıl ortalarında dünyadaki benzerlerine göre ileride olan Anadolu’daki dokuma sanayisi, Avrupa’daki Yeniçağ gelişmelerine ayak uyduramayışı yüzünden rekabet edemeyerek sönmeye yine bu sıralarda başlamıştır. Anadolu’daki tekstil sektörünün bu zamanda Avrupa tekstiline yenilmesi değil, ilerlemesine ayak uyduramadığı göze çarpmaktadır (Akdağ, 1999b: 149-151). Bursa, İstanbul ve yakın çevresinin ipek endüstrisini besleyen İran ibrişim ve ham iplik yüklü kervanları XVII. yüzyıldan itibaren Bursa ve İstanbul yerine artık İzmir’e yönelerek oradan Avrupa’ya yollanmaya başlanmıştır (Faroqi, 2000: 2, 65).

Anadolu’daki tekstil-giyim sanayisi, XVI. yüzyıl ortalarından itibaren Anadolu dışındaki hammadde kaynaklarını kaybettiği gibi XVI. yüzyıl sonlarından itibaren içerdeki hammadde kaynaklarını da giderek yitirmeye başladı. Öyle ki pamuk ve pamuk ihracatı yasak olmasına karşın XVI. yüzyıl sonlarına doğru bu yasak ciddi bir şekilde ihlal edilmeye başlanmıştır. Bu ürünlerin ihracatındaki kârın oldukça yüksek olması, bu yasağın ciddi bir şekilde ihlal edilmesine neden olmuştur. XVII. yüzyıl ortalarında bu yasağın kalkmasıyla Anadolu’da dokuma hammaddesi ihracatı giderek artmıştır. Bunun sonucu olarak İzmir limanı adeta tekstil hammaddesi ihracatı ve tekstil ürünleri ithalatı yapan bir liman haline gelmişti (Faroqi, 2000: 150-151). Hem doğudan hem de Anadolu içlerinden gelen dokuma hammaddesinin Avrupalılar tarafından toplanmasının Anadolu’daki tekstil-giyim sektörü üzerindeki olumsuz etkisi, XVII. yüzyıl ortalarında artık görülmeye başlamıştır. Bu nedenle tekstil-giyim sektörü ürünleri giderek kârlılığını yitirmiştir. (Faroqi, 2001: 2). Ancak Avrupa tekstil-giyim ürünlerinin bütünüyle Anadolu’ya egemen olması XVIII. yüzyıl ortalarına doğru olmuştur. XVIII. yüzyıla kadar Avrupa’nın tekstil-giyim ürünleri içindeki en büyük payı yünlü dokumalar alıyordu. Sanayi devriminin bir ürünü olan pamuklu dokuma dalının ağırlığı ancak 1820’lerden sonra ortaya çıkmıştır¹ (Pamuk, 2003b: 29; Hobsbawn, 2003: 53). Bu etki Anadolu’da pamuk ekim alanlarının hızla artmasına ve bütünüyle ihracata yönelmesiyle sonuçlanmıştır (Çadırcı, 1997: 363-364). Böylece XVIII. ve XIX. yüzyılda Osmanlı’nın Avrupa’ya verdiği ticari imtiyazların da artmasıyla yapılan ithalatın yarısından fazlası mamul maddelerden ve özellikle pamuklu ve yünlü tekstil-giyim ürünlerinden oluşuyordu. Ülkenin sürekli güç kaybetmesine paralel olarak Avrupa ülkelerine verilen ticari imtiyazların artması, bir yandan dış ticaret dengesinde açığın sürekli büyümesine neden olurken diğer taraftan dönemine göre zaten geri kalmış olan tekstil-giyim sanayisini korumasız bırakarak iflas noktasına getirmiştir. Nitekim 1878 yılından itibaren yayınlanan Osmanlı dış ticaret istatistiklerinde bu durum açık olarak görülmektedir (Pamuk, 2003b: xv). Her ne kadar bir çok malın çeşitli nedenlerle resmi istatistiklerin dışında tutulması, transit ticaretin yeterince tanımlanmaması, ülke sınırlarının sürekli değişmesi gibi nedenlerle bu istatistiklerde ciddi sorunların olmasına rağmen yine de o dönemdeki imparatorluğun dış ticaret durumunu açık olarak sergilemektedir.

Çizelge 1. Osmanlı Devletinde dış ticaret durumu (1878-1913)

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış ticaret dengesi	İhracatın ithalatı karşılama %'si
1878	8 394	20 009	-11 615	41,9
1880	8 497	17 847	-9 350	47,6
1890	12 836	22 914	-10 078	56,0
1900	14 905	23 842	-8 937	62,5
1910	22 080	42 556	-20 476	51,8
1913	21 600	41 842	-20 242	51,6

Kaynak: Pamuk, 2003b: 18.

1878 yılında dış ticaret açığı 11 615 iken 1900 yılında bu açık 8 937 milyon Osmanlı lirasına düşüyse de 13 yıl sonra % 100'ü geçen bir artış göstererek 20 472 Osmanlı lirasına yükselmiştir. Sonuçta 35 yıllık dış ticaret verisine göre ülkenin dış ticaret açığı sürekli olduğu gibi XX. yüzyıl başlarındaki dış ticaret açığı özellikle dikkat çekicidir (bkz. Çizelge: 1). Dış ticaretin mal gruplarına göre tasnifine bakıldığında ise Osmanlı İmparatorluğu XX. yüzyıl başlarında artık gıda maddeleri ve diğer hammaddeleri ihraç eden buna karşılık, mamul mallar ve gıda maddeleri ithal eden bir ülke durumuna gelmişti (bkz. Çizelge: 2-3).

Çizelge 2. Mal gruplarına göre Osmanlı ihracatının bileşimi (1911-1913)

Mal grupları	Toplam ihracat içindeki payı (%)
Gıda maddeleri	33-35
Hammaddeler	56-58
Tüm birincil ürünler (gıda+hammaddeler)	89-93
Yarı mamul mallar (işlenmiş deri vb.)	2-3
Mamul mallar (büyük çoğunluğu ile yünlül, halı vb.)	6-7

Kaynak: Pamuk, 2003b: 36.

Çizelge 3. Mal gruplarına göre Osmanlı ithalatının bileşimi (1911-1913)

Mal grupları	Toplam ithalat içindeki payı (%)
Gıda maddeleri (hububat, kahve, çay, şeker vb.)	31-38
Hammaddeler ve ara malları (kömür, petrol, boya vb.)	6-10
Her tür iplik (çoğunluğu pamuk)	4
Pamuklu, yünlül, ipekli dokuma ve giyim eşyası	36-38
Yatırım malları (yarısı demiryolu inşaat malz.)	8'in altında
Diğer mamul mallar	8-10

Kaynak: Pamuk, 2003b: 36.

Değer olarak ana mal gruplarına göre Osmanlı İmparatorluğu'nun ihracatına bakıldığında; %35'i gıda maddelerinin, %58'i hammaddelerin her ikisinin toplamı ise tüm ihracatın % 93'ünü meydana getirmişti. Bunun yanında yarı mamul mallar %2 ile 3 arasında, mamul mallar ise %6-7 arasında değişmekteydi. Mamul malların büyük çoğunluğu da halı, kilim gibi tekstil ürünlerinden oluşmaktaydı. İhracatın %93'ü hammaddelerden oluşmasına karşın ithalatın büyük bir bölümünü mamul mallar meydana getiriyordu. Mamul malların ise % 40'ın üzerindeki bir payla tekstil-giyim ürünleri oluşturmuştu (bkz: Çizelge: 2-3). Bu da göstermektedir ki Osmanlı İmparatorluğu dış ticarete açık vermesinde tekstil-giyim ürünleri başlıca neden olmuştur. Nitekim XIX. yüzyıl sonlarına kadar yerli dokuma sanayisi ithal malı kumaşların rekabeti karşısında hem direnmiş hem de gerilemişti. Ancak XX. yüzyılın başlarına gelindiğinde kentlisiyle köylüsüyle yoksuluyla zenginiyle imparatorluğun nüfusunun tamamı artık ya ithal malı kumaş yada ithal pamuklu iplikten dokunmuş kumaş kullanmaktaydı (Cillov, 1949: 29-30; Pamuk, 2003b: 28).

2.2.1923-1950 dönemi

Atatürk ve arkadaşları 1923'te bağımsız Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunu dünyaya ilan ettikleri zaman, ülke ekonomisi yarı bağımlı durumdaydı. Sanayi devrimini geçirmiş Avrupa ülkelerinin gerisinde kalan Osmanlı İmparatorluğu'nun ilkel atölye sanayisi, giderek etkisini arttıran kapitülasyonların da etkisiyle korumasızlık nedeniyle bitme noktasına gelmişti. Aynı etkenlerin ülkenin dış ticaret dengesini de bozmasıyla Osmanlı ekonomisi XIX. yüzyıldan itibaren yarı bağımlı halini almıştı. Bu durumun farkında olan cumhuriyeti kuran kadronun, daha Lozan Barış Antlaşması imzalanmadan, 17 Şubat 1923 tarihinde, İzmir'de yapılan I. Türkiye İktisat Kongresi'yle ekonomik bağımsızlığa ne kadar önem verdiklerini ortaya koymuşlardı. Lozan Barış Konferansı'nın kesildiği tarihte Mustafa Kemal Atatürk I. İktisat Kongresi'nin açılış nutkunda; "Bir devlet ki, kendi uyruğundaki halka koyduğu vergiyi, yabancılara uygulayamaz, bir devlet ki kendi gümrük resimleri ve her türlü vergi işlemlerini düzenleme hakkından alıkonulur... o devlete bağımsız denilemez..."(İnan, 1972: 39) diyerek bu konudaki kararlılığını ortaya koymuştur. Öyle ki Lozan Barış Antlaşması'nın en çetin tartışması kapitülasyonların kaldırılması konusunda yapılmış, hatta ekonomik bağımsızlığın elde edilmesi için tekrar savaşa girilmesi bile göze alınarak nihai sonuca ulaşılmıştır (İnan, 1972: 8; Tokgöz, 1999: 23).

Yeni hükümet daha cumhuriyeti ilan etmeden önce liberal bir ekonomi modelini benimseyeceğini, I. Türk İktisat Kongresi'nde bütün dünyaya ilan etmişti (Tokgöz,1999: 34). Bu nedenle cumhuriyetin ilk yıllarında devlet, ekonomik faaliyetleri özel sektöre bıraktığı gibi başta sanayi sektörü olmak üzere teşvik ederek, gelişimleri için büyük adımlar atmıştı. Nitekim 1925'te sanayi yatırımı yapmak isteyenlere kredi açmak için kurulan Sanayi Maadin Bankası, 1927 yılında kanunlaşan Sanayi Teşvik Yasası'yla özel sektöre büyük olanaklar sağlamaktaydı (Kazgan, 2004: 56). Ancak I. Dünya Savaşı'ndan beri yaklaşık on yıldır sürekli savaş içinde bulunan ülke; yanmış, yıkılmış bir harabe görünümündeydi. Ekonomi, bütünüyle doğanın cömertliğine bırakılmış ilkel olarak yapılan tarımsal faaliyetlere dayanıyordu. Ülkedeki mevcut sanayinin büyük bir bölümünü oluşturan ve genelde ilkel atölye yapısında olan dokuma sanayini işleten gayrimüslim nüfusun cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren Anadolu'dan ayrılmasıyla ticaret gibi mevcut sanayi de giderek bozulmuştu. Ayrıca, Lozan Antlaşması uyarınca 1929'a kadar 1916 tarihli gümrük tarifelerinin geçerli olması, aşırı boyutlara varan ithalat üzerindeki denetimi zorlaştırıyordu. Böylece gerek özel sektörün sermaye ve bilgi yoksunluğu gerekse gümrük tarifelerine bağlı olarak ülkeye ucuz olarak giren ürünler nedeniyle mamul ürünlerin üretimine yönelik girişimler pek yarar sağlayamadı (TMMOB, 1976: 16-17; Kazgan, 2004: 56-57). Bu nedenle cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren mamul maddelerin büyük çoğunluğu ithalat yoluyla karşılanırken yapılan ihracatın neredeyse tamamı tarımsal ürünlerden oluşmaktaydı. Bu durum ülkede cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren dış ticaret dengesinin ithalat lehine bozularak açık vermesine neden olmuştur. Nitekim 1923 yılında 36 082 000 dolar açık veren dış ticaret, 1924 yılında bir düşme eğilimine girdiye de 1925 yılından itibaren artan bir oranda yeniden yükselme trendine girmiştir.

Dünya genelinde 1929 yılında tarım ürün fiyatlarının hızla düşmesiyle patlak veren ekonomik bunalım, ihracatının büyük bir bölümünün tarım ürünlerinin oluşturduğu Türkiye'nin de dış ticaretini olumsuz etkilemiştir. Ayrıca, 1916 yılı gümrük tarifesi 28 Ağustos 1928 tarihinde sona ermişti. Eski gümrük tarifesinin yerine daha kapalı ve denetimli bir tarifenin getirileceğinin anlaşılması üzerine ithalatçılar 1929'da spekülasyon hareketlere giriştiler (TMMOB, 1976: 24; Kazgan, 2004: 56-57). Bunun sonucunda 1929 yılında dış ticaret açığı bir yıl öncesine göre yaklaşık iki katı artarak, o döneme kadar ki en yüksek dış ticaret açığı olan 48.7 milyon dolara ulaşmıştır (bkz. Çizelge: 4).

Çizelge 4. Türkiye'nin dış ticareti (1923-2003)

Yıllar	İhracat (000 dolar)	İthalat (000 dolar)	Dış ticaret dengesi	İhracatın ithalatı karşılama %'si	Yıllar	İhracat (000 dolar)	İthalat (000 dolar)	Dış ticaret dengesi	İhracatın ithalatı karşılama %'si
1923	50 790	86 872	-36 082	58,5	1964	410 771	537 229	-126 458	76,5
1924	82 435	100 462	-18 027	82,1	1965	463 738	571 953	-108 215	81,1
1925	102 700	128 953	-26 253	79,6	1966	490 508	718 269	-227 761	68,3
1926	96 437	121 411	-24 974	79,4	1967	522 334	684 669	-162 335	76,3
1927	80 749	107 752	-27 003	74,9	1968	496 419	763 659	-267 240	65,0
1928	88 278	113 710	-25 432	77,6	1969	536 834	801 236	-264 403	67,0
1929	74 827	123 558	-48 731	60,6	1970	588 476	947 604	-359 128	62,1
1930	71 380	69 540	1 840	102,6	1971	676 602	1 170 840	-494 239	57,8
1931	60 226	59 935	291	100,5	1972	884 969	1 562 550	-677 581	56,6
1932	47 972	40 718	7 254	117,8	1973	1 317 083	2 086 216	-769 133	63,1
1933	58 065	45 091	12 974	128,8	1974	1 532 182	3 777 501	-2 245 319	40,6
1934	73 007	68 761	4 246	106,2	1975	1 401 075	4 738 558	-3 337 483	29,6
1935	76 232	70 635	5 597	107,9	1976	1 960 214	5 128 647	-3 168 433	38,2
1936	93 670	73 619	20 051	127,2	1977	1 753 026	5 796 278	-4 043 252	30,2
1937	109 225	90 540	18 685	120,6	1978	2 288 163	4 599 025	-2 310 862	49,8
1938	115 019	118 899	-3 880	96,7	1979	2 261 195	5 069 432	-2 808 236	44,6
1939	99 647	92 498	7 149	107,7	1980	2 910 122	7 909 364	-4 999 242	36,8
1940	80 904	50 035	30 869	161,7	1981	4 702 934	8 933 374	-4 230 439	52,6
1941	91 056	55 349	35 707	164,5	1982	5 745 973	8 842 665	-3 096 692	65,0
1942	126 115	112 879	13 236	111,7	1983	5 727 834	9 235 002	-3 507 168	62,0
1943	196 734	155 340	41 394	126,6	1984	7 133 604	10 757 032	-3 623 429	66,3
1944	177 952	126 230	51 722	141	1985	7 958 010	11 343 376	-3 385 367	70,2
1945	168 264	96 969	71 295	173,5	1986	7 456 726	11 104 771	-3 648 046	67,1
1946	214 580	118 889	95 691	180,5	1987	10 190 049	14 157 807	-3 967 757	72,0
1947	223 301	244 644	-21 343	91,3	1988	11 662 024	14 335 398	-2 673 374	81,4
1948	196 799	275 053	-78 254	71,5	1989	11 624 692	15 792 143	-4 167 451	73,6
1949	247 825	290 220	-42 395	85,4	1990	12 959 288	22 302 126	-9 342 838	58,1
1950	263 424	285 664	-22 240	92,2	1991	13 533 462	21 047 014	-7 453 552	64,6
1951	314 082	402 086	-88 004	78,1	1992	14 714 629	22 871 055	-8 156 426	64,3
1952	362 914	555 920	-193 006	65,3	1993	15 345 067	29 428 370	-14 083 303	52,1
1953	396 061	532 533	-136 472	74,4	1994	18 105 872	23 270 019	-5 164 147	77,8
1954	334 924	497 359	-143 435	70,0	1995	21 637 041	35 709 011	-14 071 970	60,6
1955	313 346	497 637	-184 291	63,0	1996	23 224 465	43 626 642	-20 402 178	53,2
1956	304 990	407 340	-102 350	74,9	1997	26 261 072	48 558 771	-22 297 649	54,1
1957	345 217	397 125	-51 908	86,9	1998	26 973 952	45 921 392	-18 947 440	58,7
1958	247 271	315 098	-67 827	78,5	1999	26 587 225	40 671 272	-14 084 047	65,4
1959	353 799	469 982	-116 183	75,3	2000	27 774 906	54 502 821	-26 727 914	51,0
1960	320 731	468 186	-147 455	68,5	2001	31 334 216	41 399 083	-10 064 867	75,7
1961	346 740	507 205	-160 465	68,4	2002	36 059 089	51 553 797	-15 494 708	69,9
1962	381 197	619 447	-238 250	61,5	2003	47 067 805	68 808 141	-21 740 336	68,4
1963	368 087	687 616	-319 529	53,5					

Kaynak: DİE, 2003.

Yukarıda anlatılan iç ve dış gelişmelerin giderek ülkenin dış ticaret yapısını bozması ve özel sektörün sanayileşmedeki başarısızlığı karşısında cumhuriyet hükümeti, devletçilik esasına dayalı bir ekonomik politikayı izlemek zorunda kalmıştır. Hükümet, 1929 sonlarına doğru uygulamaya koyduğu yeni gümrük tarifesiyle yatırım mallarını gümrük vergisinden muaf tutarken tüketim mallarında oldukça yüksek tarifeler uygulamıştır. Böylece yerli üretim ithal üretim karşısında korunarak gelişmesi için önemli bir adım atılmıştır (Cillov, 1949: 30). Bunun sonucunda ithalat hacminde yaklaşık %100'e yakın bir daralma meydana gelmesiyle ülkenin ilk kez dış ticaret açığı kapandığı gibi ihracat lehine artış olmuştur. Nitekim ihracatın ithalatı karşılama oranı 1929 yılında % 60,6 iken 1930'da % 102,6'ya yükselmiştir (bkz. Çizelge: 4). Ancak ülkenin ithalatını azaltmasındaki esas çözüm yolunun gümrük vergileriyle ithalatı kısıtlamaktan ziyade, bu ürünleri ülke içinde üretmekte yatmaktaydı. Bu nedenle devlet, sanayiye geliştirmek zorundaydı. Sanayiye geliştirmek için gümrük kontrolüyle birlikte 1930'lardan itibaren planlı kalkınma çerçevesinde sanayi planları uygulamaya başlandı. Uygulanmak istenen sanayi yatırımlarında ise tekstil-giyim sektörüne daha çok yer verilerek planda yatırım için ayrılan bütçenin yarısı (49,9) (Tokgöz, 1999: 68) bu sektörde kullanılmıştır. Çünkü cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ülkenin ithalatı içinde %40'a varan tekstil-giyim ürünleri en büyük oranı teşkil etmekteydi (bkz. Çizelge: 5). Hükümetin tekstil-giyim sanayisindeki yatırımlarına daha fazla önem vermesindeki diğer önemli bir etmenin ise 1929'dan beri fiyatı oldukça düşmüş ve bu nedenle büyük bir krize girmiş olan tarımsal sektörünü de iyileştirmektir. Nitekim o dönemin iktisat bakanı olan Celal Bayar'ın "Hammaddesi yurt içinde bol olarak yetişen bir sanayi kurulduğu zaman ondan çiftçi de yararlanır" (TMMOB, 1972: 25) sözleriyle bu uygulamanın önemini vurgulamıştır. Böylece o güne kadar ithalatımızda oldukça önemli bir yer tutan tekstil-giyim sektöründe devlet öncülüğünde öz

kaynaklara dayalı olarak büyük bir atılım yapılmıştır. Bu atılımlara bağlı olarak tekstil-giyim ürünlerinin ithalat içindeki oranında sürekli bir azalma meydana gelmiştir. Tezel'in ithalat içindeki mal gruplarına göre yaptığı sınıflandırma da bu durum açıkça ortaya çıkmaktadır (bkz. Çizelge: 5).

Çizelge 5. İthalat içindeki başlıca mal grupları (1924-1950)

Yıllar	Tüketici mallar			Ara mallar			Yatırım malları			Örneklemeye giren malların toplam ithalat içindeki % oranı	
	Gıda %	Kumaş	Diğer	İplikler	Demir-çelik	Boya-kimya	Diğer	Tarım mak.	Diğer mak.		Motorlu taşıt araçları
1924	25	35	6	4	5	2	9	1	2	1	90
1925	21	35	7	4	5	2	10	1	2	2	89
1926	15	35	8	4	5	2	12	1	3	3	87
1927	15	29	9	3	5	3	14	1	4	3	86
1928	18	27	7	3	6	3	14	1	4	4	87
1929	18	26	6	4	8	3	11	1	5	3	86
1930	13	25	4	4	11	4	14	1	7	2	85
1931	9	28	5	6	10	4	12	1	8	3	86
1932	9	23	5	8	9	6	13	1	9	4	87
1933	7	25	3	9	9	7	13	1	9	3	86
1934	4	19	4	9	11	6	13	1	14	5	86
1935	3	18	3	7	16	7	10	1	10	6	82
1936	6	17	3	8	12	7	13	1	12	5	84
1937	4	17	4	10	13	6	14	2	12	4	86
1938	5	14	3	7	16	5	12	1	14	8	85
1939	4	12	4	7	14	6	14	1	16	5	83
1940	6	9	6	5	6	12	24	3	10	2	83
1941	8	8	6	7	8	14	26	1	8	3	88
1942	9	14	4	6	9	11	14	1	9	5	82
1943	8	11	4	6	12	11	16	1	10	3	82
1944	3	8	4	7	11	10	22	1	11	3	80
1945	2	10	4	8	6	12	27	2	8	3	80
1946	3	7	5	8	8	9	21	3	12	4	80
1947	3	18	3	14	8	7	13	1	9	11	87
1948	4	12	4	11	7	7	16	2	16	8	87
1949	8	8	4	9	8	6	17	6	16	7	89
1950	11	7	4	6	10	6	16	8	16	7	91

Kaynak: Tezel, 2002: 121.

Cumhuriyetin ilk yıllarında ithalat ürünleri içinde en büyük oranı tüketim malları, bunu ara ve yatırım malları izlemiştir. Öyle ki 1924 yılında ithal edilen malların %66'sı tüketim, %20'si ara ve %4'ünü yatırım malları oluşturmaktaydı. Bu mallar içinde aynı yılda %35'le en büyük oranı tekstil (kumaşlar) ürünleri almıştı. Buna ara mallar içinde yer alan iplik ithalatını da eklediğimizde 1924 yılında tekstil ürünlerinin toplam ithalat içinde %40'a yaklaştığı ortaya çıkmaktadır. 1924 yılından sonra ara ve yatırım ürünlerinde sürekli bir yükselmeye karşın tüketim mallarında azalma meydana gelmiştir. Nitekim tüketim malları içinde yer alan kumaşların toplam ithalat içindeki oranı 1930'da % 25'e, 1940'ta % 9'a , 1950'de ise % 7'ye kadar düşmüştür. Buna karşın ara mallar içinde yer alan iplikte ise aynı yıllarda bir artış meydana gelmiştir. Bu gelişmede devletin öncülüğünde özellikle dokumacılıkta yapılan sanayi yatırımlarının 1930'lardan itibaren artan oranda etkisini gösterdiği açıkça ortaya çıkmaktadır (bkz. Çizelge: 5). Nitekim 1924 yılında toplam pamuklu dokuma tüketimimizin % 4'ü yerli üretim tarafından karşılanırken, bu oran 1934 yılında % 52'ye, 1944'te % 88'e kadar çıkmıştır. Takip eden yıllarda bir azalma eğilimi yaşandıysa da 1950'de toplam pamuklu dokuma tüketimimizin % 79'u yerli üretim tarafından karşılanır olmuştur. Benzer gelişme yünlü dokuma üretiminde de yaşanmıştır. Öyle ki 1924 yılında toplam yünlü dokuma tüketimimizin % 19'u yerli üretim tarafından karşılanırken bu oran 1934'te % 83'e, 1944'te % 98'e yükselmiştir. 1950'de ise çok küçük bir azalma ile toplam yünlü dokuma tüketimimizin % 95'i yerli üretim tarafından karşılanmıştır (bkz. Çizelge: 6).

Çizelge 6. Pamuklu ve yünlü dokumaların toplam yurtiçi tüketim miktarı ve bu tüketimde yurtiçi üretimin payı (1924-1950)

Yıllar	Pamuklu dokuma		Yünlü dokuma	
	A (1000 ton)	B (%)	A (1000 ton)	B (%)
1924	23	4	3,2	19
1927	23	13	3,1	19
1929	25	12	3,3	24
1934	23	52	3	83
1936	22	55	3,5	86
1938	28	57	3,7	81
1940	25	84	4,1	98
1942	25	84	4,2	95
1944	25	88	5,1	98
1946	40	65	6,1	98
1948	27	74	6,3	95
1950	29	79	4,2	95

A: İthalat ve yurtiçi üretimi B: Yurtiçi üretiminin A'daki % payı

Kaynak: Tezel, 2002: 286.

Türkiye’de 1930’lardan itibaren devletçilik esaslarına dayalı planlı sanayileşme ile yapılan yatırımlar sonucunda tekstil-giyim tüketiminin yerli üretim tarafından karşılama oranı sürekli artarak 1950’de ülke tüketiminin %80’nini karşılar olmuştur. Bu gelişmenin Türkiye’nin dış ticaretine de çok önemli bir etki yaptığı muhakkaktır. Nitekim 1930’larda ithalatımızın %30’una yakını tekstil ürünlerinde oluşurken bu oran 1940’ta %14’e, 1950’de ise %10’a düşmüştür. Ancak ithalatımızın ve dolayısıyla da ülkemizin dış ticaret açığının oluşmasında tekstil-giyim sektörünün cumhuriyetin ilk yılları kadar olmasa da hâlâ bir etkisi olduğu açıktır. Çünkü 1950’de henüz ithalatımız içindeki yaklaşık %10’luk (%9,3) kesim, tekstil-giyim ürünlerinden oluşmaktaydı (bkz. Çizelge: 6).

2.3. 1951-1979 Dönemi

Türkiye’de 1930’lardan itibaren uygulamaya konulan ve II. Dünya Savaşı nedeniyle devam edilen korumacı ve müdahaleci ekonomik politikalar, savaşın da etkisiyle birtakım kısıtlamalar ve kısıtlamalara yol açmıştır. Yaşanan sıkıntılar nedeniyle savaşın bitiminden sonra daha liberal bir ekonomik politika benimsenmesi amaçlanmıştır. Ancak bu politika değişikliği 1950 yılında meydana gelen hükümet değişimiyle gerçek anlamda yaşama alanı bulmuştur. Yeni hükümet tarım sektörünü geliştirmeyi öncelikli ele alırken sanayileşmede ve dış ticarete liberal bir politikayı benimsemiştir. Marshall yardımı çerçevesinde yurt dışından alınan yardımların tarımın makineleşmesinde ve dolayısıyla da gelişmesinde önemli etkisi olmuştur. Tarımdaki bu gelişim, tarım ürünleri üretiminde ve ihracatında önemli artışlar sağlamıştır. Fakat 1954 yılında tüm dünyada tarım ürünleri fiyatlarının düşmesiyle ihracatın %80’nini tarım ürünlerinin oluşturduğu ülkemizde dış ticaret açığının sürekli artmasına neden olmuştur (bkz. Çizelge: 4). Bu açığın kapatılması için hükümet 1954 yılından sonra tarımla birlikte özel sektör öncülüğünde ithal ikamesi stratejisine uygun olarak sanayileşmeye de öncelik vermiştir. Özel sektör öncülüğündeki sanayileşmede 1951 yılında kurulan Türkiye Sınai Kalkınma Bankası’nın sağladığı kredilerin büyük etkisi olmuştur. Banka 1960 yılına kadar ithal ikamesi stratejisine uygun olarak başta tekstil-giyim, gıda ve kimya olmak üzere daha çok iç tüketim malı üreten sanayi tesislerin kurulmasında destek olmuştur. Bunun sonucunda 1950 yılında 10 ve daha fazla işçi çalıştıran sanayi işletmelerinin sayısı 2618 iken bu sayı %100 artarak 1960 yılında 5600’e çıkmıştır. Öyle ki 1953 yılında kurulan ve 1980’li yıllara kadar ülkenin en büyük tekstil firması olan Güney Sanayii bu bankanın desteğiyle kurulmuştur (Tokgöz, 1999: 119-120, 123). Sanayi alanındaki bu yatırımlar tekstil-giyim üretimi ve dolayısıyla dış ticarete de kendini göstermiştir. Nitekim artan nüfusa rağmen 1951 yılında 46,5 milyon dolar olan tekstil-giyim ithalatımız 1960 yılında 28,5 milyon dolara gerilemiş, ihracatımız ise 107 567 dolardan 944 613 dolara yükselmiştir (DİE, 1951,1960). Aynı yıllarda genel ithalat içinde tekstil-giyim ürünleri ithalatı %11,5’den %0,6’ya düşmüş, tekstil ihracatın ise genel ihracat içindeki oranı %0,03’den %0,3’e yükselmiştir.

Türkiye’de 1950’lerin ortalarında özel sektör öncülüğünde yürütülen sanayileşmeye 1963’den itibaren uygulamaya konulan beşer yıllık planlı kalkınma çerçevesinde ithal ikamesi ve kamu kesimine ağırlık veren bir sanayileşme politikasıyla devam edilmiştir. Beşer yıllık planlı kalkınma modeline bağlı olarak sanayileşme 1970’lerden itibaren daha da kapsamlı hale getirilerek özellikle sanayileşme ve sanayi ürünlerinin ihracatına yönelik politikaları ön plana alınmıştır. Öyle ki II. Beş Yıllık (1968-1972) ve ardından gelen III. Beş Yıllık (1973-1977) kalkınma planlarında daha önce uygulanan tarım ve sanayi sektörlerinin dengeli büyümesi ilkesi terk edilerek ilk kez sanayileşmeye öncelik verilerek ülke genelinde kalkınma kutupları yaratılmaya çalışılmış ve bu yöndeki özel sektör teşvikleri de hızlandırılmıştır (Mutluer, 1995: 30-34). Yine II. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile artık Türkiye’nin hammadde satıp mamul madde alan ilkel bir ekonomik bünyeden, mamul madde yapıp satan sanayileşmiş bir bünyeyi oluşturması amaçlanmıştır. Bunun için plan kapsamında açılan “Teşvik ve Uygulama Dairesi” ile sanayi alanında yatırım yapan kişi veya kuruluşlara teşvik belgesi verilmiştir. Teşvik belgesine sahip kişi veya kuruluşlar kredi, döviz bulmakta devletten yardım gördükleri gibi bu belgeye sahip olanlar “vergi indirimi” ve “yatırım indirimi” gibi olanaklardan yararlanmışlardır. Yine bu dönemde oluşan iktisadi dar boğazı aşmak için 1970 yılının ortalarında Türk lirasının % 66 gibi oldukça yüksek oranda devalüe edilmesiyle ihracatın gelişimi yönünde çok önemli şartlar meydana gelmiştir (Tokgöz, 1999: 152-153). Yaratılan bu olumlu şartların etkisiyle toplam ihracatımız 1973 yılında ilk kez 1 milyar doları aşmıştır. Bu etki özellikle kendisini sanayi yatırımlarıyla ürünlerinin ihracatı ve dolayısıyla tekstil-giyim ürünlerinin günümüze kadar ihracat içinde önemli bir yer oluşturmasının başlangıcı olmuştur. Tekstil-giyim ürünleri 1970 yılında 29 527 384 dolarla genel ihracatımız içinde %5’e çıkarken 17 646 476 dolar olarak gerçekleşen tekstil-giyim ithalatı ise genel ithalatımız içinde %1,7 düzeyinde seyretmiştir. Tekstil-giyim ürünlerinin ihracat içindeki bu oranı bazı yıllardaki kısmi değişimlerle birlikte 1970’li yıllar boyunca ortalama % 35,6 artarak toplam ihracat içindeki yüzde oranı 1975 yılında %13,7 , 1979’da ise %17,8’e ulaşmıştır. Aynı yıllar boyunca tekstil-giyim ürünlerin ithalatı ise %21,3 artarken bu ithalatın toplam ithalat içindeki oranı genelde %1’lik seviyesinde kalmıştır. 1970’li yıllarda sanayi yatırımları ve sanayi ürünleri ihracatının özendirilmesiyle tekstil-giyim sanayisi ürünleri iç piyasa talebini karşılarken bu ürünlerin ithalatı genel ithalatımız içinde önemsenmeyecek bir oranda kalmış, ihracatımız ise sürekli bir artış göstermiştir (bkz. Çizelge: 7).

Çizelge 7. Türkiye’nin tekstil-giyim ihracat ve ithalatı (1970-1979)

Yıllar	Tekstil-giyim İhracatı	Genel İhracat içindeki %’si	Tekstil-giyim İthalatı	Genel İthalat içindeki %’si
1970	29 527 384	5,0	1 764 476	1,8
1971	48 684 829	7,2	16 950 860	1,4
1972	75 603 824	8,5	28 191 186	1,8
1973	149 747 433	11,4	29 420 368	1,4
1974	221 282 658	14,4	46 122 260	1,2
1975	191 397 015	13,7	67 072 995	1,4
1976	313 045 028	16,0	58 020 009	1,1
1977	299 044 410	17,1	51 354 522	0,9
1978	335 856 629	14,6	49 924 877	1,1
1979	403 091 634	17,8	45 582 347	0,9

Kaynak: DİE, Dış Ticaret İstatistikleri, 2003.

Teşviklere bağlı olarak tekstil-giyim ürünleri ihracatının sürekli artmasına rağmen 1970’li yıllar boyunca yaşanan iki petrol krizi, 1974 Barış Harekatı ve ardından gelen ambargo ile iç siyasi huzursuzluklar bu durumu olumsuz etkilemiştir. Bu iç ve dış siyasi ve ekonomik olaylar nedeniyle ithalat lehine dış ticaret hacminin giderek büyümesiyle ülkenin dış ticaret dengesi daha da bozulmuştur. Öyle ki 1975 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı %29,6 ile cumhuriyet tarihinin en düşük değeri yaşanmıştır. 1970’li yıllarda ihracatın ithalatı karşılama ortalaması ise % 47,4’dür (bkz. Çizelge: 4). Böylece ihracata göre ithalatın sürekli artmasıyla ülkenin döviz kaynakları hızla azalmış ve 1970’li yılların sonlarına doğru ülke dış borçlarını ödeyemez duruma gelmişti (Tokgöz, 1999, s.165-167).

2.4. 1980-2003 dönemi

Türkiye’de 1970’li yılların ortalarında başlayan ve sonlarında giderek artan dış ticaret açığı ile bunun sonucunda ortaya çıkan ekonomik krizi aşmak ve giderek küreselleşen dünya ekonomisine ayak uydurmak için hükümetin radikal kararlar alması kaçınılmaz hale gelmişti. Bu nedenle dördüncü beş yıllık kalkınma planı çerçevesinde 24 Ocak 1980 tarihinde kabul edilen ve 24 Ocak kararları olarak da bilinen geniş kapsamlı bir istikrar programı devreye sokuldu. Türk ekonomisi ve özellikle de dış ticareti için bir dönüm noktası oluşturmuş bu programla ülke ekonomisinde serbest piyasa mekanizması kurallarının işlenmesi sağlanarak dünya ekonomisiyle bütünleşmesi gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte ülke ekonomisinde ithal ikamesine dayalı sanayileşme stratejisi yerine ihracata dayalı sanayileşme stratejisi benimsenmiştir. Bu dönemde gerçekleştirilen devalüasyonla birlikte ihracatın önündeki bürokratik engeller kaldırılmış, ihracatçılara vergi iadesi, gelir vergisi ve gümrük muafiyeti, hammadde ithalatı ve ihracat kredileri gibi bir dizi kolaylıklar sağlanmıştır (Seyitoğlu, 1982: 161-169; Kongar, 1999: 372-393; Tokgöz, 1999: 167-199; Avcı, 2000a: 53-54; Kazgan, 2004: 120-125). İhracatı arttırmaya yönelik bu tedbirler sonucunda 1980’li yılların başlarında ihracat lehine dış ticaret hacminin artmasıyla dış ticaret dengesi de giderek düzelmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak 1980 yılında 2,9 milyar dolar olan ihracatımız 1981’de 4,7, 1985’te 7,9 ve 1989’da 11,6 milyar dolara yükselmiştir. İhracattaki bu artışla 1970’li yıllarda ortalama olarak % 47,3 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, 1980’li yıllarda % 64,7’e yükselmiştir. Ekonomide dışa açılma ve ihracatı artırma sürecine 1990’lı yıllarda da devam edilmesiyle ihracattaki artış hızı bundan sonrada korunmuştur. Nitekim 1990’da 12,9 milyar dolar olan ihracatımız 1995’te 21,6, 2000’de 27,8 ve 2003 yılında 46,9 milyar dolara yükselmiştir. İhracattaki bu artışa rağmen 1990’lı yılların başında dünya ekonomisinde yaşanan durgunluk, Körfez Savaşı, 1997 yılındaki Asya krizi ve 1999 yılında meydana gelen deprem felaketi ihracatımızı ve dolayısıyla dış ticaret dengesini olumsuz etkilemiştir. Bu olumsuzluklar kendisini ödemeler dengesinde göstererek 1990 yıllarında ihracatın ithalatı karşılama oranı ortalama %60,8’e düşüyse de 2000’li yılların başında tekrar artışa geçerek ortalama % 66.2’ye yükselmiştir (bkz. Çizelge: 4).

Çizelge 8. Türkiye ihracatının DTÖ tanımına göre sektörel dağılımı (1980-2003)

Yıllar	1980		1990		2000		2001		2002		2003	
	Milyon\$	%	Milyon\$	%	Milyon\$	%	Milyon\$	%	Milyon\$	%	Milyon\$	%
I. Tarımsal ürünler	1 881	64,7	3 300	25,5	3 855	13,9	4 349	13,9	4 052	11,2	5 207	11,1
1.1. Gıda ürünleri	1 486	51,1	2 906	22,4	3 543	12,8	3 997	12,8	3 668	10,2	4 689	10,0
1.2. Tarımsal hammaddeler	396	13,6	394	3,0	313	0,1	352	1,1	384	1,1	519	1,1
2. Madencilik ürün	277	9,5	875	6,8	1 157	4,2	1 236	3,9	1 497	4,2	1 940	4,2
3. Sanayi ürünleri	751	25,8	8 778	67,7	22 699	81,7	25 661	81,9	30 288	84,0	3 934	83,9
3.1. Demir ve çelik	29	1,0	1 490	11,5	1 865	6,7	2 500	8,0	2 831	7,9	3 273	7,0
3.2. Kimyasal ürünler	47	1,6	747	5,8	1 243	4,5	1 367	4,4	1 523	4,2	1 882	4,0
3.3. Diğer yarı mam.	104	3,6	672	5,2	2 280	8,2	2 625	8,4	3 140	8,7	4 112	8,8
3.4. Makine ve ulaşım araç.	83	2,9	855	6,6	5 740	20,7	7 153	22,8	8 632	23,9	12 292	26,2
3.4.1. Otomotiv ürünleri	50	1,7	153	1,2	1 531	5,5	2 336	7,5	3 174	8,8	4 900	10,5
3.4.2. Büro ve iletişim cihaz.	4	0,2	259	2,0	1 017	3,7	1 045	3,3	1 606	4,5	1 967	4,2
3.4.3. Diğer mak. ve ulaş. araç.	29	1,0	443	3,4	3 192	11,5	3 771	12,0	3 852	10,7	5 425	11,6
3.5. Tekstil ürünleri	340	11,6	1 440	11,1	3 706	13,3	3 948	12,6	4 268	11,8	5 260	11,2
3.6. Giyim ürünleri	112	3,9	3 331	25,7	6 586	23,7	6 661	21,2	8 094	22,4	9 959	21,2
3.7. Diğer tüketim malları	36	1,2	243	1,9	1 279	4,6	1 408	4,5	1 800	5,0	2 562	5,5
4. Sınıflandırılmamış mallar	1	0,0	5	0,0	63	0,2	89	0,3	222	0,6	390	0,8
Toplam	2 910	100,0	12 958	100,0	27 775	100,0	31 334	100,0	36 059	100,0	46 878	100,0

Kaynak: DİE, Dış Ticaret İstatistikleri ve DTM, 2004.

Türkiye'nin 1980'den itibaren ihracatının giderek artmasında dışa açılma politikasıyla birlikte belki de en önemlisi ihracata dayalı bir sanayileşme politikasını teşvik ederek o tarihe kadar tarım ürünleri ağırlıklı olan ihracat yapısı karakterinden hızla uzaklaşarak sanayi ürünleri ağırlıklı bir karakter kazanması etkili olmuştur. Toplam ihracatımız içinde 1980 yılında tarım ürünleri tek başına % 64,7'yi oluştururken sanayi ürünleri % 25,8 oranında kalmıştır. Tarıma % 9,5 oranında gerçekleşen madencilik ürünleri ihracatı da eklendiğinde, 1980 yılı itibarıyla ihracatımızı % 74,2'si işlenmeyen katma değeri daha düşük olan birincil ürünler meydana getirmekteydi. 1980'den sonra ise bu yapı hızla değişmeye başlayarak tarım ürünlerinin hem genel ihracat içindeki oranı hem de nominal olarak giderek azalmasıyla 1990 yılında % 25,5'e, 2000 yılında % 13,9'a ve 2003'te %11,1'e gerilemiştir. Buna karşın 1980 yılında % 25,8 olan sanayi ürünleri ihracatı 1990'da % 67,7'e, 2000'de % 81,7'e ve 2003 yılında % 83,9'a kadar yükselmiştir. Sanayi ürünleri içinde devamlı olarak en büyük oranı tekstil-giyim sektörü oluşturmuştur. (bkz. Çizelge: 8).

Çizelge 9. Türkiye'nin tekstil-giyim ihracat ve ithalatı (1980-2003)

Yıllar	Tekstil-giyim İhracatı	Genel İhracat içindeki %'si	Tekstil-giyim İthalatı	Genel İthalat içindeki %'si
1980	451 948 417	15,5	79 401 444	1,0
1981	848 802 940	18,1	78 286 081	0,9
1982	1 142 078 492	19,9	103 451 182	1,2
1983	1 410 591 427	24,6	98 006 013	1,1
1984	2 197 560 112	30,8	117 569 622	1,1
1985	13 035 148 789	16,4	145 930 912	1,3
1986	2 172 274 143	29,1	160 014 907	1,4
1987	3 371 159 931	33,1	202 603 134	1,4
1988	3 615 585 278	31,0	258 497 731	1,8
1989	4 070 553 285	35,0	298 486 747	1,9
1990	4 771 142 804	36,8	583 458 974	2,6
1991	4 907 332 060	36,1	564 339 154	2,7
1992	5 797 854 577	39,4	736 664 800	3,2
1993	5 929 796 141	38,6	1 065 363 635	3,6
1994	6 776 023 525	37,4	1 146 709 973	4,9
1995	8 653 056 072	40,0	1 161 903 718	3,3
1996	8 799 648 740	37,9	2 282 020 483	5,2
1997	10 048 539 555	38,3	2 556 425 454	5,3
1998	10 630 631 308	39,4	2 559 704 721	5,6
1999	9 993 767 514	37,6	2 114 989 668	5,2
2000	10 291 644 697	37,1	2 400 156 806	4,4
2001	10 608 734 051	33,9	2 159 599 268	5,2
2002	12 361 939 581	34,3	3 127 552 740	6,1
2003	15 219 039 105	32,3	3 849 540 504	5,6

Kaynak: DİE, Dış Ticaret İstatistikleri, 2003.

Tekstil-giyim sektörünün 1980'lerde ihracatta bu derece kendisini göstermesindeki nedenini Osmanlı'nın son dönemlerinden itibaren ithalatının neredeyse yarısını tekstil-giyim ürünlerinin oluşturmasında aramak gerekir. Bu ürünlerin ithalatı yerine cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ithal ikameci stratejisine uygun olarak başlangıçta devlet eliyle daha sonrada özel sektöre verilen teşviklerle yapılan yatırımlar etkili olmuştur. Bununla birlikte, tekstil-giyim sanayisinin çok büyük sermaye gerektirmemesi, ülkenin bu sanayi için hammadde ve işgücü açısından yeterli kapasiteye sahip olması üretimin hızla artmasında diğer bir nedeni oluşturmuştur. Yapılan yatırımlar sonucunda 1970'lerden başlayarak ülke iç tüketimini bütünüyle karşılayan bu sektör, özellikle 1980'den itibaren ihracata yönelik sanayileşme stratejisinin benimsenmesi ve bu yöndeki teşviklerin de artmasıyla ihracatının da giderek yükselmesinde etkili olmuştur (bkz. Çizelge: 7, 9).

Tekstil-giyim ürünleri ihracatının artmasında bu iç etkenlerle birlikte dış etkenler de önemli bir yer tutmuştur. Tekstil-giyim ihracatımızın % 65'e varan oranın başta Almanya, Fransa, İngiltere olmak üzere işgücü ve hammadde yönünden Türkiye'nin daha avantajlı olduğu Avrupa ülkelerine yapılması, ihracatımızın sürekli artmasındaki başlıca dış nedeni oluşturmuştur. Ayrıca tekstil-giyim ihracatında diğer birçok önde gelen ülkeye göre Türkiye'nin en büyük pazar alanını oluşturan Avrupa Birliği (AB)'ne coğrafi yönden yakın olması, ihracatımızın sürekli artmasında önemli bir avantaj sağlamıştır (bkz. Çizelge: 10). Böylece 1980 yılında 451 milyon dolarla genel ihracatımızın % 15'ini

oluşturan tekstil-giyim sektörü, 1985 yılına kadar ortalama olarak % 138.9 artarak 13 milyar doları geçmiştir ki bu oran toplam ihracatımızın % 30,8'ini oluşturmuştur (bkz. Çizelge: 9).

Çizelge 10. Türkiye'nin tekstil-giyim ihracatındaki başlıca ülkeler

Tekstil	1980		1990		2000		2001		2002		2003	
	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%
Almanya	107,3	31,5	301,4	20,9	513,4	13,9	556,9	13,9	550,3	12,9	724,0	13,8
ABD	5,8	1,6	59,9	4,1	434,6	11,8	411,5	10,5	492,2	11,7	502,2	9,6
İtalya	73,6	21,6	245,8	17	339,5	9,1	386,6	9,8	315,3	7,3	420,8	7,9
İngiltere	14,1	4,1	153,8	10,6	340,3	9,1	324,6	8,4	315,6	7,3	335,5	6,4
Fransa	8,6	2,5	99,9	6,9	236,9	6,4	247,8	6,3	277,2	6,5	315,1	5,9
Rusya	-	-	-	-	62,0	1,6	90,8	2,3	134,2	3,1	223,3	4,2
Romanya	0,2	0,2	3,0	0,3	70,0	1,8	84,0	2,1	124,1	2,9	192,3	3,7
İspanya	0,7	0,5	10,8	0,7	85,9	2,3	100,4	2,5	109,3	2,6	185,0	3,5
Bulgaristan	-	-	0,3	0,0	61,5	1,6	66,3	1,6	83,9	1,9	147,1	2,7
İsveç	0,4	0,0	5,6	0,6	19,1	0,7	28,2	0,7	30,5	0,7	128,0	2,4
Diğer	129,3	38,0	559,5	38,9	1 542,5	41,7	1 645,6	41,9	1 835,7	43,1	2 086,9	39,9
Toplam	340,0	100	1 440	100	3 705,7	100	3 942,7	100	4 268,3	100	5 260,2	100
Giyim												
Almanya	61,8	55,3	1 691,1	50,8	2 464,6	37,5	2 322,8	34,9	2 538,2	31,4	3 066,6	30,8
İngiltere	2,4	2,1	238,5	7,2	771,2	11,8	916,8	13,8	1 281,1	15,9	1 499,7	15,1
ABD	0,4	0,3	312,4	9,3	1 065,6	16,2	1 041,6	15,8	1 232,9	15,3	1 279,0	12,9
Fransa	8,2	7,4	317,9	9,5	420,3	6,3	464,9	6,9	532,5	6,6	691,8	6,9
Hollanda	3,7	3,3	151,9	4,6	346,9	5,2	355,5	5,4	440,7	5,4	612,0	6,1
Danimarka	0,8	0,7	47,9	1,4	104	1,5	133,1	1,9	191,9	2,3	275,0	2,7
İtalya	0,6	0,5	82	2,5	140,2	2,1	150,5	2,2	184,4	2,2	260,3	2,6
İspanya	-	-	5,2	0,1	84,4	1,2	95,7	1,4	131,7	1,6	243,0	2,4
Belçika-Lük.	3,4	2,9	64,6	1,9	184,4	2,7	184,2	2,8	196,4	2,4	221,5	2,2
İsveç	0,5	0,4	35,5	1,0	95,5	1,4	96,2	1,4	127,2	1,5	173,4	1,7
Diğer	30,1	27,1	383,7	11,7	908,8	14,1	899,7	13,6	1 236,7	15,4	1 636,6	16,6
Toplam	111,9	100	3 330,7	100	6 585,9	100	6 661	100	8 093,7	100	9 958,9	100

Kaynak: DİE, Dış Ticaret İstatistikleri, 2003.

Tekstil-giyim sektörünün 1970'lerden itibaren sürekli artan ihracatında 1985'den sonra bir azalma görülmüştür (bkz. Çizelge: 9). Bu azalma 1985 yılında ihracatımızın yarısından fazlasının yapıldığı AB ülkeleri tarafından ve 1986 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Kanada'nın Türkiye tekstil-giyim sektörüne kota uygulamasından kaynaklanmıştır. Böylece 1985 yılına kadar iç etkenlerin etkili olduğu tekstil-giyim sektöründe 1985'ten sonra dış etkenler de etkili olmaya başlamıştır. 1985 yılından sonra ürün çeşidini ve ihraç ettiği ülke sayısını giderek arttıran tekstil-giyim sektörü; ihracattaki artışını 1990 yılından sonra daha da hızlandırarak beş milyar dolara yaklaşan bir değerle toplam ihracatımızın %36,8'ini karşılar duruma gelmiştir. 1990 yılından sonra altıncı beş yıllık kalkınma planı çerçevesinde ekonomide dışa açılma ve ihracatı artırma sürecine devam edilmesi, eski Sovyetler Birliği ülkeleriyle giderek artan bavul ticaretinin önemli bir bölümünü tekstil-giyim ürünlerinin oluşturması, 1994 yılında ülkenin içine girdiği ekonomik krize bağlı olarak yüksek oranda bir devalüasyonun yapılması, 1995 yılında DTÖ ve bir yıl sonra Avrupa Gümrük Birliği'ne girilmesi gibi etkilerle 1990'ların başında tekstil-giyim ihracatımız artış hızını sürdürmüştür. Bu artışa bağlı olarak tekstil-giyim ihracatı 1995 yılında 8,5 milyar doları geçerek toplam ihracatımızın %40'ını oluşturmuştur.

Toplam ihracatımız içinde tekstil-giyim oranı 1995'den günümüze kadar genelde azalarak 2003 yılında %32,3'e kadar gerilemiştir. Tekstil-giyim oranının azalmasında ihracatımız içinde başta makine ve ulaşım araçları olmak üzere diğer sanayi kollarının artışının yanında son yıllarda tekstil-giyim ürünleri ihracat artış hızının yavaşlaması da etkili olmuştur (bkz. Çizelge:8-9). Bu yavaşlamada 1997 yılında ortaya çıkan Asya krizinin giderek dünyanın diğer bölgelerindeki ekonomilerde kendini hissettirmesi ve 1999 yılında meydana gelen deprem felaketinin etkili olduğu söylenebilir. Ancak tekstil-giyim ürünlerinin ihracatının yavaşlaması ve dolayısıyla genel ihracatımız içindeki oranın azalmasında; üye olunan Avrupa Gümrük Birliği ve DTÖ anlaşmaları gereği 1980'li yıllardan itibaren özellikle de tekstil-giyim sektöründe uygulanan ihracat performansına dayalı doğrudan teşviklerin

kaldırılmasının önemli bir etkisi olmuştur. Bu anlaşmaların da etkisiyle ihracatımızın %65 gibi büyük bir oranda yapıldığı Avrupa pazarında başta Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere hammadde, enerji ve işçi ücretleri konusunda daha avantajlı durumda olan ülkelerin giderek kendisini göstermesi de etkili olmuştur. Nitekim bu ülkeler dış pazarlarımızı etkilediği gibi tekstil-giyim ithalatımızda da kendilerini göstermeye başlamışlardır. 1970'lerden itibaren 1990 yılına kadar çok sınırlı bir artış göstererek toplam ithalatımızda %1 seviyesinde seyreden tekstil-giyim ithalatı; 1990'da % 2'yi geçmiş 1995'te % 3,3, 2000'de % 4,4 ve 2003 yılında toplam 3,8 milyarla % 5,6'ya ulaşmıştır (bkz. Çizelge: 9). Tekstil-giyim ithalatımızın son yıllardaki bu artışında başta Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere uzak doğu ülkelerinin önemli bir etkisi olmuştur. Öyle ki tekstil-giyim ithalatı yaptığımız ülkelere baktığımızda 1980 yılında ne tekstil ne de giyim alanında Çin Halk Cumhuriyeti'nin ilk sıralarda bulunmadığı görülmektedir. Fakat 2000 yılında tekstilde üçüncü, giyimde ikinci sırada 2003 yılında ise tekstilde ikinci giyimde ise birinci sıraya yükseldiği ortaya çıkmıştır (bkz. Çizelge: 11). Böylece başta Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere tekstil-giyim sektöründe giderek etkisini arttıran uzak doğu ülkeleri bu sektörde Türkiye'nin dış pazarlarının yanında ülkemizin iç pazarlarında da kendini hissettirmeye başlamışlardır.

Çizelge 11. Türkiye'nin tekstil-giyim ithalatındaki başlıca ülkeler

Tekstil	1980		1990		2000		2001		2002		2003	
	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%	000 \$	%
İtalya	0,9	1,2	51	8,9	285,1	13,4	298,5	15,6	385,2	13,6	467,4	13,7
Çin Halk Cum.	-	-	29,1	5,2	190,7	8,9	139,6	7,3	191	6,7	318,8	9,2
Güney Kore	0,0	0,0	18,8	3,3	190,2	8,9	157,7	8,2	208,2	7,3	370,4	7,8
Hindistan	2,9	3,7	9,3	1,6	139,5	6,5	115,9	6	202,2	7,1	260,6	7,6
Almanya	13,6	17,1	104	18,4	252,9	11,9	207,7	10,8	235,8	8,3	256,9	7,4
Pakistan	0,0	0,0	73,9	13	56,4	2,6	71,1	3,7	92,4	3,2	155,4	4,5
Fransa	0,8	1,0	18,6	3,2	95,8	4,5	76,4	3,9	107,9	3,7	121,2	3,5
Endonezya	-	-	-	-	53,1	2,4	57,4	2,9	115,3	4	120,8	3,5
İngiltere	3,7	4,6	22,4	3,9	68,2	3,1	65,9	3,4	88,3	3,1	113,9	3,3
Diğer	57,5	72,4	240,4	42,5	803,9	37,8	730,5	38,2	1218	43	1243,6	39,5
Toplam	79,4	100	567,3	100	2 135,8	100	1 920,7	100	2 844,3	100	3 429	100
Giyim												
Çin Halk Cum.	-	-	0,5	3,2	37,6	14,3	34,6	14,6	40,4	14,3	73,7	17,6
İtalya	0,0	0,4	6,6	40,9	58,6	22,2	54,7	22,9	54,6	19,3	73,4	17,5
İspanya	-	-	0,2	1,2	19,8	7,5	14,2	5,9	28,6	10	40	9,6
İngiltere	-	-	0,9	5,7	33,7	12,8	24,4	10,3	23,8	8,4	29,6	7
Almanya	0,01	60,9	2,6	15,9	19	7,2	14,7	6,2	17,9	6,4	25,4	6
Fransa	0,0	18,9	1,9	12,1	17,9	6,8	13,6	5,7	15,9	5,7	21,2	5
Bulgaristan	-	-	-	-	1,6	0,5	3,9	1,6	4,2	1,4	11,4	2,7
Malezya	-	-	0,2	1,0	5,8	2,1	6	2,5	5,4	1,8	10,9	2,5
Endonezya	-	-	0,0	0,0	5,2	1,9	2,4	0,9	3,7	1,2	8,8	2
Hindistan	0,0	0,0	0,0	0,2	3,1	1,1	3,5	1,4	2,8	0,9	7,6	1,8
Diğer	0,0	19,8	3,2	19,8	62	23,6	66,9	28,1	86	30,6	118,5	28,3
Toplam	0,01	100	16,1	100	264,3	100	238,9	100	283,3	100	420,5	100

Kaynak: DİE, Dış Ticaret İstatistikleri, 2003.

Sonuçta Türkiye'de 1970'lerden itibaren ülke ihracatında kendini hissettiren tekstil-giyim sektörü 1980 yılından itibaren dışa açılma politikası ve sağlanan teşviklerle genel ihracatımız içindeki oranı %30-40 seviyesine ulaşarak ülkemizin ödemeler dengesinin sağlanmasında bel kemiği görevini üstlenmiştir. Öyle ki 1970-2003 yılları arasında toplam 431 milyar dolar olarak gerçekleşen ihracatımızın 128 milyar dolarının tekstil-giyim ürünlerinden sağlanması, bu sektörün son 33 yılda Türkiye'nin ödemeler dengesini finanse eden başlıca sektör olduğunu açık olarak ortaya koymaktadır. Ancak, dış ticaretimizde ulusal ve bölgesel anlaşmalar gereği son yıllarda doğrudan teşvik ve yatırımların kalkması, pazar alanlarımızda hammadde, enerji ve işgücü açısından Türkiye'den daha avantajlı ülkelerin giderek boy göstermeye başlaması gibi nedenlerle tekstil-giyim ihracatımızın artışında bir duraklama yaşanmaktadır. Bununla birlikte özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'nin tekstil-giyim alanında daha düşük fiyatlarla ülkemizin iç pazarını da hedef almasıyla son yıllarda tekstil-giyim ithalatımızda da dikkate değer bir oranda artış görülmektedir.

3. Tekstil-giyim sektörümüzün yeni rekabet dönemindeki durumu

I. Dünya Savaşı yıllarında mal ve hizmetlerin uluslararası ticaretteki hızı, savaşın etkisiyle dünya ticaret gelişme hızından yüksek olmuştur. Savaşın bitimiyle giderek daralan uluslararası ticaret nedeniyle o dönemde en büyük üretim ve dolayısıyla dış ticarete sahip olan ABD’nde 1929’da patlak veren ekonomik bunalım, giderek etkisini arttırarak bütün dünyayı olumsuz etkilemiştir. II. Dünya Savaşı sonrasında ise yine böyle bir ekonomik bunalımın yaşanmaması için 30 Ekim 1947 tarihinde ABD başkanlığında diğer önde gelen 22 ülkenin de katıldığı bir anlaşma imzalanmıştır. 10 Ocak 1948 tarihinde yürürlüğe giren ve günümüzde kısacası GATT (General Agreement on Trade and Tariffs- Ticaret ve Tarifeler Genel Anlaşması) olarak da bilinen bu anlaşmayla temeli dış ticaret üzerindeki engelleri kaldırarak serbest uluslararası ticarete dayalı bir dünya ekonomik sisteminin oluşturulması kararlaştırılmıştır (Engin, 1992: 17-20). Böylece bu anlaşmayla savaş sonrasında giderek daralan dünya ticareti, uygulanan serbest uluslararası ticaret sonucunda sektöre uğramadığı gibi uluslararası ticaret anlaşmazlıklarının çözümü konusunda da başarılı olunmuştur. Ancak 1960’lardan itibaren gelişmiş ülkeler emeğin ve dolayısıyla maliyetin daha ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelere özellikle de tekstil-giyim sektöründe yapılan ithalatın yerli sanayilerine zarar verdiği ve piyasa bozucu etkisi bulunduğu tezini savunarak, gelişmekte olan ülkelerin ihracatına önceleri tek taraflı kısıtlama getirmişler, daha sonra gelişmekte olan ülkeleri iki taraflı gönüllü ihracat kısıtlama anlaşmaları yapmaya mecbur etmişlerdir. Gelişmiş ülkeler bu düzenlemeleri, ilgili sanayilerinde gerekli yapısal uyumu gerçekleştirebilmek için bir “soluk alma” olanağını sağlamak olduğunu ifade etmişlerdir. Bu yönde ilk olarak 1950’lerin sonlarında Japon dokuma ihracatı karşısında bunalan ABD 1961 yılında pamuklu dokuma ithalatına sınırlama amacı güden “Kısa Dönemli Pamuklu Dokuma Anlaşması (Short Term Cotton Arrangement)”nı yürürlüğe koymasıyla başlamıştır. Kısa Dönemli Pamuklu Dokuma Anlaşması bir yıl sonra “Uzun Dönemli Pamuklu Dokuma Anlaşması (Long Term Cotton Arrangement)”na ve 1974 yılında ise “Çok Elyaflılar Anlaşması (Multifibre Arrangement)”na dönüşmüştür. Adından da anlaşılacağı üzere Kısa Dönemli Pamuklu Dokuma Anlaşması’na başlangıçta bir soluk alma gözüyle bakıldıysa da bu süre bir türlü bitmek bilmediği gibi özel düzenlemelerle bir çok defa tadil edilerek, gerek uygulayan ülke gerekse de uygulanan ülkeler açısından giderek daha da genişletilerek kısıtlayıcı niteliği artmıştır. Niteliğini ve alanını arttıran bu sınırlamalardan 1980’den itibaren dış pazarlarda giderek etkisini gösteren Türkiye tekstil-giyim sektörü de; 1985 yılında bugünkü adıyla AB olan Avrupa Ekonomik Topluluğu ve 1986 yılında ise ABD ile Kanada tarafından uygulanan kotalardan etkilenmiştir. Böylece 1990 yılına gelindiğinde dünya tekstil-giyim ihracatının yaklaşık %50’sine kotalarla sınırlama getirilmiştir (Engin, 1992: 45-47; Kurtulmuş, 2001: 128; Kanoğlu ve Öngüt, 2003: 27-28). Bu uygulamaların ise felsefesi uluslararası ticaret üzerindeki engellerin kaldırılarak daha serbest bir ticaret temeline dayalı GATT kurallarına uyması mümkün değildi.

Uluslararası ticaretteki bu sınırlılıklar küreselleşen dünyada gelişmiş ülkelerin dış ticaretini de giderek olumsuz etkilemesi, bu konunun tekrar ele alınmasına yol açmıştır. 1994 yılında Türkiye’nin de aralarında bulunduğu 117 ülkenin katıldığı Uruguay Round Müzakeresi sonucunda uluslararası ticarete giderek etkisini arttıran bu sınırlamaların GATT’la entegrasyonunu tekrar sağlamak ve GATT’ın etkinliğini tekrar arttırmak için Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization) adıyla GATT’ın devamı şeklinde bir ticaret örgütü kuruldu. 10 Ocak 1995 yılında resmen faaliyete geçen DTÖ, “Çok Elyaflılar Anlaşması”nı GATT’ın ticari kurallarına kademeli entegrasyonu için Tekstil ve Giyim Anlaşması’nı (Agreement on Textiles and Clothing) üye olunan ülkeler arasında imzalamıştır (Resmi Gazete, 25 Şubat 1995: 63). Bu anlaşmayla tekstil-giyim ürünlerine uygulanan kısıtlamaların 10 yıllık geçiş süreci içinde dört kademede ve her kademede artan oranda 2005 yılına kadar kaldırılarak serbestleştirilmesi kararlaştırılmıştır. Kademeli geçiş takvimindeki oranlar ise ülkelerin toplam tekstil-giyim ithalatı baz alınarak düzenlenmiştir. Buna göre 1995 yılı başından itibaren ülkelerin toplam tekstil-giyim ithalatlarının %16’sı, 1998’de %17’si, 2002’de %18’i ve geri kalan %49 oranındaki dilimi 2005 yılında serbest bırakılacaktır (Resmi Gazete, 25 Şubat 1995: 63-65).

Çizelge 12. DTÖ'nün Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre kademeli geçiş takvimi

Tarih	Ülkelerin toplam tekstil-giyim ithalat oranı
01.01.1995	%16
01.01.1998	%17
01.01.2002	%18
01.01.2005	%49

Kaynak: Resmi Gazete, 25 Şubat 1995, DTM, 2004.

DTÖ'nün Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre 2005 yılından itibaren Çok Elyaflılar Anlaşması'nın sona ermesiyle bütün kotalar kalkacaktır. Bu durumun dünya tekstil-giyim ticaretinde bazı değişimleri beraberinde getirmesi beklenmektedir. Bu beklentiler dünya tekstil-giyim ihracatının değer olarak artacağını ancak bu değer artışının tekstil-giyim ihracatı oranının dünya ihracatı içindeki yüzde oranını fazla değiştirmeyeceği yönündedir. Çünkü dünyada son yıllarda artan arzın etkisiyle fiyatların düşme eğilimi göstermesi sonucunda ailelerin harcamaları içinde giyime verdikleri pay giderek düşmektedir. Tüketiciler daha kaliteli ürünü daha ucuza talep etme eğilimindedirler (DPT, 2001: 1). Nitekim, dünya mal ihracatı içinde tekstil-giyim sektörünün son yıllardaki gelişimi dikkate alındığında artan dünya nüfusuna rağmen ciddi bir değişimin olmadığı ortaya çıkmaktadır. Öyle ki DTÖ'nün 1995 yılındaki verilerine göre 4925 trilyon dolar olan dünya mal ihracatının % 3'nü (151,6 milyar dolar) tekstil ve % 3,2'sini (158,3 milyar dolar) giyim olmak üzere toplam % 6,2'sini (309,9 milyar dolar) tekstil-giyim sektörü oluşturmuştur. 2002 yılında %39,5 artarak 6272 trilyon dolara ulaşan dünya toplam mal ihracatı içinde tekstil ürünlerinin 1995 yılına göre miktarı çok az artmıştır. Bu artışın dünya toplam mal ihracatı artışından az olması nedeniyle toplam mal ihracatı içinde oransal olarak değeri azalarak % 2,4'e (152,1 milyar dolar) düşmüştür. Giyim ürünleri ise toplam mal ihracatı oranında artarak 1995 yılı toplam mal ihracatı içindeki % 3,2 (200,9 milyar dolar) oranını korumuştur (WTO, 2003: 103). Dünya tekstil ve giyim ürünleri bir bütün olarak değerlendirildiğinde 1995 yılında toplam mal ihracatı içinde %6,2 olan tekstil-giyim ihracatı yedi yıl sonra %5,6 oranına gerilemiştir. Bu durum tekstil-giyim sektörünün son yıllardaki artışının dünya genel mal ihracatı artışından daha az olduğunu ortaya çıkarmaktadır (bkz. Çizelge: 13).

Çizelge 13. Dünya tekstil ve giyim ihracatında önde gelen başlıca ülkeler

	1995	2000	2001	2002	Toplam mal ihracatı içindeki %'de oranı	
	000\$	000\$	000\$	000\$	1995	2002
Tekstil						
Avrupa Birliği	62 196	52 955	51 575	52 052	3,0	2,1
Çin Halk Cum.	13 918	16 135	16 826	20 563	9,4	6,3
ABD	7 372	10 961	10 491	10 698	1,3	1,5
Güney Kore	12 313	12 710	10 941	10 586	9,8	6,5
Tayvan	11 882	11 896	9 904	9 532	10,5	7,0
Japonya	7 178	7 023	6 198	6 030	1,6	1,4
Hindistan	4 358	5 998	5 375	-	13,2	12,1
Pakistan	4 256	4 532	4 525	4 790	53	48,3
Türkiye	2 527	3 672	3 943	4 244	11,7	11,8
Endonezya	2 713	3 505	3 202	2 896	6	5,1
Dünya Geneli	151 620	154 180	146 980	152 150	3	2,4
Giyim						
Avrupa Birliği	48 457	47 505	48 314	50 452	2,3	2,1
Çin Halk Cum.	24 049	36 071	36 650	41 304	16,2	12,7
Hong Kong	9 540	9 934	9 263	8 306	31,9	45,5
Türkiye	6 119	6 533	6 661	8 059	28,3	22,4
Meksika	2 731	8 631	8 011	7 751	3,4	4,8
ABD	6 651	8 629	7 012	6 032	1,1	0,9
Hindistan	4 110	6 178	5 483	-	13,0	12,4
Bangladeş	1 969	4 170	4 261	4 131	52,7	67,8
Endonezya	3 376	4 734	4 531	3 945	7,4	6,9
Güney Kore	4 957	5 027	4 306	3 694	4,0	2,3
Pakistan	1 611	2 144	2 136	2 228	20,1	22,5
Dünya Geneli	158 340	197 030	193 690	200 850	3,2	3

Kaynak: WTO, International Trade Statistics, 2003: 151,158.

Çizelge 14. Dünya tekstil ve giyim ithalatında önde gelen başlıca ülkeler

	1995	2000	2001	2002	Toplam mal ihracatlı içindeki %'de oranı	
	000\$	000\$	000\$	000\$	1995	2002
Tekstil						
Avrupa Birliği	57 227	48 741	46 594	46 206	2,8	1,9
ABD	10 441	16 008	15 429	17 002	1,4	1,4
Çin Halk Cum.	19 914	12 832	12 573	13 060	8,3	4,4
Meksika	1 768	6 219	6 022	6 365	2,4	3,3
Japonya	5 985	4 939	4 756	4 536	1,8	1,3
Kanada	3 204	4 132	3 814	3 812	1,9	1,7
Güney Kore	3 959	3 359	3 067	3 170	2,9	2,1
Türkiye	1 811	2 124	1 921	2 839	5,1	5,7
Polonya	2 165	2 478	2 615	2 730	7,5	5
Romanya	933	1 715	2 012	2 370	9,1	13,3
Giyim						
Avrupa Birliği	74 184	80 179	80 877	84 882	3,6	3,5
ABD	41 367	67 115	66 391	66 731	5,4	5,5
Japonya	18 758	19 709	19 186	17 601	5,6	5,2
Meksika	1 912	4 018	3 836	4 055	2,6	2,1
Kanada	2 688	3 690	3 926	4 008	1,6	1,8
Rusya Fed.	678	2 689	3 030	3 860	1,1	6,4
İsviçre	3 821	3 223	3 229	3 449	4,8	4,1
Güney Kore	1 073	1 307	1 631	2 170	0,8	1,4
Avustralya	1 262	1 858	1 638	1 819	2,2	2,6
Singapur	1 644	1 881	1 696	1 808	1,3	1,6

Kaynak: WTO, International Trade Statistics, 2003: 151,159.

Tekstil-giyim ihracatının son yıllardaki bu gelişimi dikkate alındığında 2005 yılından itibaren dünya mal ihracatı içindeki oranının artması zor görünmektedir. Bunda pazar alanlarını oluşturan gelişmiş ülkelerin aynı zamanda tekstil-giyim üretiminde de önemini korumaları etkili olacaktır. Günümüzde gelişmiş ülkelerin bu sektörü terk ettikleri algılanıyorsa da gerçekte bunun böyle olmadığı ve en büyük tekstil-giyim ithalatçı ülkelerin aynı zamanda en büyük tekstil-giyim ihracatçısı ülkeler olduğu görülmektedir. Bu yanlış algılamının gelişmiş ülkelerin ihracatlarının başka alanlarda giderek artmasıyla tekstil-giyim sektörünün toplam ihracatları içindeki oranın gelişmekte olan ülkelere göre azalması ve özellikle yoğun işgücü gerektiren giyim sektöründeki üretimin fason üretim şeklinde de olsa gelişmekte olan ülkelere bırakmalarından kaynaklanmaktadır. Nitekim dünyada başlıca tekstil-giyim ihracatçısı olan ülkelere bakıldığında dünya toplam tekstil ihracatının yaklaşık 1/3'ü, giyimde ise 1/4'ü AB ülkelerinin gerçekleştirdiği ortaya çıkmaktadır. Ancak bu ihracatlarının toplam mal ihracatları içinde tekstilde; 1995'te % 5'ten 2002 yılında % 2,1'e giyimde ise % 2,3'den % 2,1'e düştüğü görülmektedir. AB ülkeleri içinde de İtalya, Fransa, Almanya gibi en gelişmiş ülkeler ilk sırada yer almışlardır. AB ülkeleriyle birlikte ABD ve Japonya da özellikle tekstil üretiminde önde gelen diğer gelişmiş ülkeleri oluşturmaktadır ki tekstil-giyim ürünleri ihracatı bu ülkelerin toplam ihracatında % 1,5 ile % 3 arasında değişmektedir (bkz. Çizelge: 13-14). Gelişmiş ülkelerle beraber tekstil-giyim ürünleri ihracatında bol hammadde ve işgücüne sahip Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan ve Pakistan ile giderek sanayileşmekte olan Güney Kore, Türkiye ve Endonezya diğer önde gelen ülkeleri oluşturmaktadır. Tekstil-giyim sektörünün bu ülkelerin toplam ihracatındaki yüzdeleri ise o ülkenin sanayileşme oranına ve dolayısıyla gelişmişlik seviyesine göre değişmektedir. Buna göre 2002 yılında tekstil-giyim sektörü Pakistan'da toplam ihracatın % 70,8'ini Türkiye'de % 34,3'ünü, Hindistan'da % 24,5'ini, Çin Halk Cumhuriyeti'nde %19'unu ve Güney Kore'de % 8,8'ini oluşturmuştur (bkz. Çizelge:13-14).

Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre 2005 yılında tüm kotaların kalkmasıyla dünya tekstil-giyim ihracatının genel toplamında önemli bir değişim olmayacaktır. Asıl değişimin dünya mevcut tekstil-giyim ihracat miktarlarının yeni rekabet koşullarına göre ihracatı gerçekleştiren ülkeler arasında yeniden şekillenmesi üzerinde etkili olması beklenmektedir. Mevcut pazarlarda ve kotasız yeni rekabet döneminde ülkelerin ihracat oranları rekabet güçlerine göre artıp azalacaktır. Rekabet gücünü ise sektörün özellikle bol hammadde ve yoğun, ucuz işgücü gerektiren bir yapısı belirleyecektir. Hammadde ve işgücünün yanında ileri teknoloji kullanılarak kaliteli ve yeni ürünlerin üretilmesi moda ve markaların yaratılması, pazar şartlarının iyi tanınması, pazarlama ve pazara yakınlık sektördeki

rekabet güçlerini etkileyen diğer önemli etmenleri oluşturmaktadır. Ülkemizin yeni dönemde mevcut pazarlardaki rekabet gücünün daha iyi anlaşılabilmesi açısından bu konuda önde gelen bazı ülkeleri Türkiye ile karşılaştırmakta yarar bulunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin bol ve ucuz işgücü ile hammaddeyi temsilen Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan'la, ileri teknolojiyle moda ve markaya egemen olan gelişmiş ülkeleri temsilen İtalya'yla, pazara yakınlık ve sektörde gelişmekte olan ülkeleri temsilen Tunus gibi en dikkat çekici ülkelerle karşılaştırılmasıyla yeni rekabet dönemindeki gücü daha kolay ortaya konulabilir.

Tekstil-giyim sektöründe kullanılan hammaddenin %80'nine yakını pamuğun oluşturması pamuk üretimi yüksek olan Çin Halk Cumhuriyeti, ABD, Hindistan ve Pakistan gibi ülkelere tekstil-giyim ihracatı rekabetinde öncelikle önemli bir avantaj sağlamaktadır. Sektörde pamuktan sonra en fazla kullanılan ikinci hammadde olan yün elyaf üretiminde ise yine Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan, Pakistan gibi ülkelerin ön sıralarda yer almaları bu ülkelerin hammaddeden kaynaklanan avantajlarını daha da güçlendirmektedir. Pamuk üretiminde ilk sırada yer alan Çin Halk Cumhuriyeti'nin son 20 yıl içinde üretimi %100'ü geçerek 4350 bin tona ulaşmıştır. Dünya pamuk üretiminin tek başına %23,3'nü üreten Çin Halk Cumhuriyeti'nin daha da dikkat çeken yanı ise pamuk tüketiminin üretiminden daha fazla olmasıdır. Çin Halk Cumhuriyeti'nde benzer durum yün elyafı üretim ve tüketiminde de yaşanmaktadır. Bunda Çin Halk Cumhuriyeti'nin ucuz işgücü ve enerjinin de etkisiyle son yıllarda giderek artan oranda tekstil-giyim üretimini artırması etkili olmuştur. Pamuk ve yün elyafı üretiminde altıncı sırada olan Türkiye'nin 791,5 bin ton pamuk elyafı üretimiyle dünya pamuk üretiminin % 4,2'sini, 44,3 bin ton yün elyafı üretimiyle dünya yün elyafı üretiminin % 1,9'unu oluşturmaktadır (bkz. Çizelge: 15). Türkiye'de özellikle 1995'ten itibaren Çin Halk Cumhuriyeti'ndeki gelişimine benzer bir şekilde pamuk ve yün tüketimi üretimini aşmıştır. Türkiye'nin pamuk üretimi 2002 yılında 988 bin tona çıktıysa da tüketimi aynı oranda artarak 1200 bin tona yükselmiştir. Bu nedenle ülke kalan hammaddedyi dışardan satın almak zorunda kalmıştır. Bugün ülkede üretilen pamuğun 1/3'nin GAP'ın %10'nun sulamaya açıldığı Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde üretildiği düşünüldüğünde (DPT, 2001: 225) GAP'ın zamanla tamamlanmasıyla bu açığın kapanacağı beklenmektedir.

Çizelge 15. Pamuk ve yün elyafı üretim-tüketiminde önde gelen başlıca ülkeler

Ülkeler	Pamuk üretim (bin ton)					Yün üretim (bin ton)					
	1980	1985	1990	1995	2000	1980	1985	1990	1995	2000	
Çin H. C.	2 707	4 147	4 507,7	4 768	4 350	Avustralya	708	814	1 102	726	672
ABD	2 421,5	2 924	3 375	3 897	3 749	Çin H. C.	176	178	239,5	277,4	290
Hindistan	1 292	1 483,6	1 673	2 193	2 057	Y.Zelanda	357	373,4	309	288,6	255,7
Pakistan	714,5	1 216,5	1 637,6	1 802,1	1 911,8	İran	31	40	44,6	50,9	79,9
Özbekistan	-	-	-	1 265	950	Hindistan	32	39,1	41,2	41,5	44,4
Türkiye	500	518	654,6	851,5	791,3	Türkiye	61,3	68	60,6	50,8	44,3
Dünya	13 905,9	17 344,5	18 439,2	19 616,8	18 835,6	Dünya	2 794,2	2 956,8	3 347,8	2 575,9	2 326,4
Pamuk tüketimi (bin ton)											
Çin H. C.	3 192	3 853	4 194	4 500	5000	Çin H.C.	123,8	188,6	171,2	410,4	431,3
Hindistan	1 346	1 558	1 924	2 576	2 873	İtalya	140,9	130,2	137,6	169,7	153
ABD	1 377	1 276	1 867	2 318	1 929	Hindistan	32,3	35	38,3	54,5	61,5
Pakistan	433	538	1 242	1 540	1 710	Türkiye	33,9	40,4	65,6	67,9	60,7
Türkiye	282	423	558	900	1 121	Pakistan	21,3	13,6	25	18,6	19,6
Dünya	14 298	15 765	18 642	18 512	19 645	Dünya	1 667,7	1 629,6	1 526,6	1 466,4	1 401,7

Kaynak: UNCTAD, 2003: 386, 399-401, 437, 450-451.

Hammadde üretimiyle birlikte sektörde maliyet değerini ve dolayısıyla rekabet gücünü etkileyen etkenlerden en önemlilerden birisini de işçi ücretleri oluşturmaktadır. Tekstil ve özellikle de giyim sektörünün yoğun işgücüne ihtiyaç duyması ve ülkeden ülkeye değişen işçi ücretlerinin seviyesi, bu alandaki rekabetin yönünü de belirlemektedir. Hatta bugün net ihracatçı durumda bulunan birçok ülke 2005 yılından itibaren net ithalatçı duruma gelebilecektir. Yada ucuz emek rekabeti nedeniyle bazı ülkelerin net ihracatçı pozisyonları zayıflayacaktır. Tekstil üretiminde işçi ücretlerinin yüksekliği yönünde saati 16,7 dolarla İtalya ile diğer ülkeler arasında büyük fark olmakla birlikte İtalya'dan sonra saati 2,1 dolarla Türkiye ve onun ardında 1,9 dolarla Tunus takip etmektedir.

Hammadde yönünden güçlü olan Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan işçi ücretleri yönünden de saati 0,6 dolarla en düşük seviyeyi oluşturmaktadır. Aynı ülkeler arasındaki benzer durum giyim sektöründe de kendisini göstermiş olup üretim maliyeti İtalya'da 42, Türkiye'de 10, Tunus'ta 9,5, Hindistan'da 5 ve Çin Halk Cumhuriyeti'nde 4,5 dakika/centle en düşük seviyededir.

Hammadde ve işgücüyle birlikte üretim maliyet değerini etkileyen temel etkenlerden birini de enerji tüketimi oluşturmaktadır. Aynı ülkeler arasında sektörde 9,6 cent/kwsaatle İtalya en pahalı elektriği, bunu 8,8'le, Türkiye takip etmekte, Hindistan 6,6, Tunus 6,2 ve Çin Halk Cumhuriyeti 5 cent/kwsaatle en ucuz elektriği kullanmaktadır. Tekstil ürünleri üretiminde bol miktarda su da tüketildiğinden ülkeden ülkeye değişen su tüketim fiyatı da tekstil üretim maliyetini etkilemektedir. Belirtilen ülkeler arasında 95 cent/m³'le Türkiye en pahalı suyu tüketirken, İtalya'nın tüketimi 30-90 arasında değişmekte, Tunus 70, Hindistan 60 ve yine Çin Halk Cumhuriyeti 45 cent/m³'le en ucuz suyu tüketmektedir. Tekstil üretiminde bu belirtilen temel girdiler dışında, ülkeden ülkeye değişen arsa fiyatları ve inşaat maliyetleri dolaylı da olsa rekabet gücünü etkilemektedir. Arsa ve inşaat fiyatlarında Türkiye diğer ülkelere göre orta seviyede iken, Hindistan ve özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'nin yine en düşük fiyatlara sahip olduğu görülmektedir (bkz. Çizelge:16-17).

Çizelge 16. Türkiye'nin diğer bazı önemli tekstil üreticisi ülkelerle rekabet gücünün karşılaştırılması

Kriterler	Türkiye	Çin Halk Cum.	Hindistan	İtalya	Tunus
İşçi ücreti (\$/saat)	2,1	0,6	0,6	16,7	1,9
Elektrik (cent/kwsaat)	8,8	5	6,6	9,6	6,2
Su (cent/m ³)	95	45	60	30-90	70
İnşaat (\$/m ²)	500	300-400	300-400	600	250
Arsa fiyatı (\$/m ²)	30	5	10	100-150	50
Teknoloji seviyesi (%)	70-80	70-80	60-70	100	20
Fabrika organizasyonu	İyi	Yeterli	Yeterli	çok iyi	Yetersiz
Yıllık toplam çalışma saati	2231	2180	2350	1662	2272
Kalifiye eleman bulundurma (1-5)	1	1	1	1	3
İplik düzgünlüğü (%)	10	20-30	10-20	10	20-40
Dokuma kalitesi	70-80	70-80	70-80	95	70-80
Konfeksiyon ile işbirliği	çok kuvvetli	çok zayıf	kuvvetli	mükemmel	çok zayıf
Nakliyat	1600	2400	2200	1100	2000
Pazarlama	Kuvvetli	orta	kuvvetli	mükemmel	çok zayıf
Maliyet rekabet edebilirlik	Çok	çok	Çok	Çok	Az
Teslim Zamanı (hafta)	3-4	2-4	2-4	2-4	3-5
Tekstil ihracatı (milyon/dolar)	2450	12112	4612	10864	151

Kaynak: DPT, Tekstil ve Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu, 2001: 13.

Çizelge 17. Türkiye'nin diğer bazı önemli giyim üreticisi ülkelerle rekabet gücünün karşılaştırılması

Kriterler	Türkiye	Çin Halk Cum.	Hindistan	İtalya	Tunus
Üretim maliyeti (cent/dak)	10	4,5	5	42	9,5
Kalite (%)	80	65-70	60-65	90	75-80
Gömlek üretim zamanı (dak.)	32-40	30-42	42-62	24-26	36-42
Kazak üretim zamanı (dak.)	25-34	24-38	28-42	18-24	27-33
5 cepli klasik pantolon üretim zamanı (dak.)	22-30	26-30	28-34	16-20	23-28
Kendi konfeksiyonlarını hazırlayan fabrikalar (%)	>25	<25	<20	80-90	<25
Otomatik kesme yapan fabrikalar	89	52	5	910	9
Küçük parti çalışabilme	orta-iyi	Zayıf	Zayıf	iyi-çok iyi	İyi
Prodüktivite (%)	55-65	40-50	40-50	65-70	50-60
Koleksiyon başarısı	çıkış trendi içinde	çıkış trendi içinde	çok zayıf	çok kuvvetli	zayıf
Teslim zamanı (hafta)	3-4	3-5	3-5	2-4	3-5
Teslimat başarısı	90	60	50-60	90	90
Perakendeye direkt satış	artıyor	Yok	Yok	var	artıyor
Pazarlama	güçlü	Güçlü	-	çok güçlü	Çok zayıf
Avrupa Birliği örme ithalatındaki oranı (%)	9,1	6,8	2,3	13,1	1,5
Avrupa Birliği dokuma ithalatındaki Payı (%)	4,4	8,4	3,3	8,3	4,9

Kaynak: DPT, Tekstil ve Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu, 2001: 14.

Diğer tüm imalat sektörlerinde olduğu gibi tekstil-giyim sektöründe de rekabet gücünü doğrudan yada dolaylı temel girdilerle birlikte en az bir o kadar da üretilen ürünün kalitesi,

pazarlanması ve zamanında teslimi etkili olmaktadır. Tekstil sektöründe kaliteli üretimde etkili olan teknolojik seviye, fabrika organizasyonu, kalifiye eleman bulundurma, iplik düzgünlüğü ve dokuma kalitesiyle genelde İtalya en üst düzeyde yer almaktadır. İtalya'yı Türkiye izlerken, ardından Hindistan ve Çin Halk Cumhuriyeti gelmekte Tunus bu ülkeleri oldukça geriden takip etmektedir. Tekstil alanında ülkeler arasındaki kalite sıralamasının giyim alanında da pek değişmediği ortaya çıkmaktadır. Yine aynı şekilde tekstil-konfeksiyon işbirliği pazarlama ve teslim başarısında da genelde bu sıralamanın değişmediği gözlenmektedir (bkz. Çizelge: 16-17).

Tekstil-giyim ihracatında önde gelen bu ülkelerin sektördeki rekabet güçlerinin genel bir değerlendirilmesi yapıldığında başta hammadde, işçi ücretleri, enerji ve su olmak üzere üretimi doğrudan yada dolaylı olarak etkileyen girdilerde Hindistan ve özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'nin diğer seçilen ülkelere göre oldukça düşük maliyette girdi kullandıkları ortaya çıkmaktadır. Buna karşın İtalya ve Türkiye'nin aynı girdilerinin oldukça yüksek maliyete sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ancak üretim maliyetiyle birlikte rekabet gücünde etkili olan üretilen ürünün kalitesi, tanıtımı, pazarlaması, ulaşım maliyeti, ve zamanında teslimi gibi alanlarda İtalya'nın üstünlüğü açık olarak ortaya çıkmaktadır. İtalya kadar olmasa da Türkiye bu alanlarda giderek kendisini geliştirirken, Türkiye'yi Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan izlemekte, Tunus ise dünyadaki en büyük pazar olan AB'ne coğrafi yakınlığı nedeniyle ulaşım maliyeti ayrı tutulursa oldukça zayıf kalmaktadır (bkz. Çizelge: 16-17).

Tekstil-giyim ihracatında önde gelen ülkelere göre seçilenlerle Türkiye arasında sektördeki rekabet gücünde doğrudan ve dolaylı girdilerde Türkiye'nin Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan'dan daha yüksek maliyete üretim yaptığı açık olarak ortaya çıkmaktadır. Hammadde yönünden Çin Halk Cumhuriyeti Türkiye gibi ürettiğinden daha fazla tüketim yapmasına rağmen özellikle başta işçi ücretleri olmak üzere elektrik, su, arsa ve inşaat maliyeti gibi diğer dolaylı ve dolaysız girdilerde Türkiye'nin bu ülkeyle rekabet edemeyecek durumda olduğu anlaşılmaktadır. Ucuz ve yoğun işgücünde Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan'ın tekstil-giyim üretiminde önde gelen diğer seçilen ülkelere göre tartışmasız üstünlüğü bulunmaktadır. Bunda özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'ndeki yönetim şekline bağlı olarak işçi ve sendikal hakların olmamasının yanında bu ülkelerdeki nüfusun çok fazla, yoğun ve gelir seviyesinin düşük olması etkili olmaktadır.

Tekstil-giyim üretimindeki temel girdilerde Çin Halk Cumhuriyeti'nin bu tartışmasız üstünlüğü 1990'lardan itibaren ülkenin dışa açılmasıyla dünya piyasalarında kendisini açık olarak göstermiştir. Bu durum tekstil-giyim üretiminde önde gelen diğer birçok ülke gibi Türkiye'nin de başta dış pazarlarında olmak üzere tekstil-giyim ticaretini etkilemiştir. Öyle ki Türkiye tekstil-giyim ihracatının yaklaşık %65'ini oluşturan AB pazarında 1996'da gümrük birliğinin de sağlanması sonucunda uygulanan kotaların kalkmasıyla Türkiye, tekstil-giyim alanında son yıllara kadar bu pazara birlik dışından ihracat yapan başlıca ülke olmuştur (bkz. Çizelge: 18). Ancak dışa açılma politikası doğrultusunda 2001 yılında DTÖ'ne üye olan ve bu örgütün Tekstil Giyim Anlaşması'na göre üye ülkelerin 1998'de %33 kota kaldırmasından yararlanan Çin Halk Cumhuriyeti, AB pazarına birlik dışındaki ülkelerin yaptığı giyim ihracatında son yıllarda Türkiye'yi de geçerek hep ilk sırada yer almıştır. Benzer durum tekstil alanında da yaşanmıştır. AB pazarına birlik dışındaki ülkelerin yaptığı tekstil ihracatında 2001 yılına kadar Türkiye ilk sırada yer alırken, yine Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre 2002 yılı başından itibaren ülkelerin %18'lik oranında tekstil ithalatlarına denk gelen kotaların da serbest bırakılmasının etkisiyle Çin Halk Cumhuriyeti tekstilde de öne geçmiştir (bkz.Çizelge: 12-18).

Çin Halk Cumhuriyeti'nin tekstil-giyim alanında dünya pazarlarında kendisini hissettirmesi 2005 yılından itibaren daha da artacaktır. Çünkü 2005 yılı başından itibaren Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre ülkelerin tekstil-giyim ithalatlarına denk gelen geriye kalan %49'luk oranındaki kotaların da serbest bırakılmasıyla Çin Halk Cumhuriyeti'nin tekstil-giyim ihracatı önündeki tüm engeller kalkmış olacaktır. Yeni rekabet dönemine büyük stoklar yaparak hazırlanan Çin Halk Cumhuriyeti'nin bu durumu düşünüldüğünde; ihracatlarında tekstil-giyim sektörünün en büyük oranı

oluşturduğu birçok ülke gibi Türkiye'nin de dış ticaretini ve dolayısıyla ödemeler dengesini olumsuz etkileyeceği açık olarak ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 18. Avrupa Birliği'nin tekstil-giyim ithalatındaki başlıca ülkeler

Ülkeler	1999	%	2000	%	2001	%	2002	%
Tekstil	000\$		000\$		000\$		000\$	
AB Üyeleri	35 297	65,5	31 386	63	28 545	62,6	28 937	62,6
Çin Halk Cum.	1 611	3	1 875	3,8	1 833	4	2 108	4,6
Türkiye	1 900	3,5	1 917	3,9	2 005	4,4	2 022	4,4
Hindistan	1 778	3,3	1 848	3,7	1 763	3,3	1 624	3,5
Pakistan	1 059	2	1 006	2,0	995	2,7	1 115	2,6
Tunus	108	0,2	143	0,3	190	0,4	216	0,5
Giyim								
AB Üyeleri	35 869	41,3	33 456	38,9	31 335	39,5	33 860	39,9
Türkiye	5 447	6,3	5 500	6,4	5 405	6,8	6 604	7,8
Çin Halk Cum.	7 460	8,6	8 096	9,4	8 427	10,6	9 764	11,5
Hindistan	2 306	2,7	2 479	2,8	2 370	3	2 533	3
Pakistan	814	0,9	867	1,0	2 370	3	904	1,1
Tunus	2 772	3,2	2 641	3,1	2 573	3,2	2 744	3,1

Kaynak: WTO, International Trade Statistics, 2000, 2001, 2002, 2003.

Gelişmekte olan ülkelerin hammadde ve işçi ücretleri üstünlüklerine karşılık gelişmiş ülkeler sahip oldukları ileri teknoloji ve bu alanda yürüttükleri geniş ar-ge (araştırma-geliştirme) çalışmalarıyla tekstil alanında daha kaliteli ve yeni ürünlerle giyimde ise yarattıkları moda ve markalarla tekstil-giyim sektöründe yeni dönemde de mevcut konumlarını koruyacaklardır. Yine bu ülkelerin ileri teknolojiye sahip tekstil araçları ile temel girdilerden biri olan kimyasal boyalar, kaliteli ve çeşitli sentetik elyaflarda başlıca üretici ve ihracatçı ülkeler olmaları, tekstil sektöründeki mevcut konumlarını güçlendirmektedir. Gelişmiş ülkeler giyim alanında da bir yandan yarattıkları moda ve markalarla diğer taraftan iş gücünün daha ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelerde kendileri için fason üretim yaptırılmalarıyla mevcut pazardaki güçlü konumlarını gelecekte de sürdürmeleri beklenmektedir. Nitekim tekstil-giyimde rekabet gücünün değerlendirilmesinde gelişmiş ülkeleri temsilen alınan İtalya'nın sektörde diğer önde gelen ülkelerle özellikleri karşılaştırıldığında, gelişmiş ülkelerin sektörde gelecekte de rekabet edebileceğini göstermektedir. İtalya'nın kalitede, modada tekstil ve giyimde birbiriyle uyumlu üretiminde, pazarlama gücünde, ürünün en kısa sürede tesliminde çok güçlü olduğu ortaya çıkmaktadır. İtalya'nın tekstil ihracatında diğer önemli ihracatçı ülkeleri geçmesi ve Çin Halk Cumhuriyeti'ne yakın ihracat yapması, giyimde ise Avrupa pazarında diğer ülkeleri geçmesi ve Çin Halk Cumhuriyeti'yle başa baş ihracat yapması yukarıda bahsedilenleri doğrular niteliktedir (bkz. Çizelge: 16-17).

Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan gibi ülkeler başta hammadde, işgücü ve enerji olmak üzere temel girdiler nedeniyle dünya pazarlarındaki rekabette güçlü görünüyorsa da Türkiye İtalya kadar olmasa da pazara yakınlık, kalifiye eleman ve teknolojik seviye üstünlüğü nedeniyle giderek artan kaliteli üretiminin yanında moda ve markaya yönelmeye başlayarak bu sektördeki rekabet güçlülüğünü sürdürmektedir. Günümüzde her ne kadar tükettiği kadar hammadde üretiyorsa da GAP'ın zamanla tamamlanmasıyla sektördeki en büyük hammaddeyi oluşturan pamukta yeterli düzeye gelmesi beklenmektedir.

4.Sonuç

Dışarıya bağımlı hale gelmiş bir durumdaki ekonomiyi devralan Türkiye Cumhuriyeti, ilk yıllarında diğer birçok sanayi ürünlerinde olduğu gibi temel ihtiyaçlardan biri olan tekstil-giyim ürünlerini de ithalat yoluyla karşılamak zorunda kalmıştır. İthalatımızda oldukça önemli bir yer tutan tekstil-giyim sektöründe 1930'lardan itibaren yapılan yatırımlarla büyük bir atılım yapılmıştır. Bu yatırımların birer birer devreye girilmesiyle tekstil-giyim tüketimimizin yerli üretim tarafından karşılanma oranı sürekli artarak 1950 yılında tekstil-giyim sektörü ülke tüketiminin %80'nini karşılar

olmuştur. Tekstil-giyim alanındaki yatırımlara 1950'lerde özel sektör öncülüğünde, 1960'lı yıllarda ise uygulamaya konulan beş yıllık kalkınma planları çerçevesinde ithal ikameci ve kamu kesimine ağırlık veren bir sanayileşme politikasıyla devam edilmiştir. Yeni yatırımların devreye girmesi sonucunda 1970'lerde tekstil-giyimde iç piyasa talebi ülke üretimiyle karşılanırken ihracatın özendirilmesiyle bu sektör ürünleri ihracatı da giderek artmaya başlamıştır. Bu artışta özellikle 1980'den itibaren ihracata dayalı bir sanayileşme politikasının teşvik edilmesiyle o tarihe kadar tarım ürünleri ağırlıklı olan ihracat yapısının sanayi ürünleri ağırlıklı bir karakter kazanması etkili olmuştur. Sanayi ürünleri içinde ise en büyük artışı; cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ithal ikameci stratejisine uygun olarak yapılan yatırımlar ile ülke içinde hammadde ve işgücü açısından yeterli potansiyele sahip olan tekstil-giyim sektörü oluşturmuştur. Tekstil-giyim ürünleri ihracatının artmasında bu iç etkenlerle birlikte ihracatımızın en fazla yapıldığı Avrupa ülkelerine coğrafi yönden yakınlığı, Türkiye'nin hammadde ve işgücü açısından bu ülkelerden daha avantajlı olması gibi dış etkenlerin de önemli etkisi olmuştur. Böylece 1970'lerden itibaren ülke ihracatı içinde kendisini hissettirmeye başlayan tekstil-giyim sektörü, 1980 yılından itibaren dışa açılma politikaları ve sağlanan teşviklerle giderek artan orandaki ihracatıyla ülkemizin son 30 yılında ödemeler dengesini finanse eden başlıca sektör olmuştur.

Tekstil-giyim ürünlerinin ihracatımız içindeki oranının 1970'lerde başlayan artışı, 1995 yılına kadar genelde devam etmiştir. 1995 yılından sonra ise bu oranda giderek bir gerileme yaşanmıştır. Bu azalmada ihracatımız içinde başta makine ve ulaşım olmak üzere diğer sanayi kollarındaki artışın başlıca etken olmasının yanında son yıllarda tekstil-giyim ürünleri ihracatındaki artış hızının yavaşlaması da etkili olmuştur. Tekstil-giyim ürünlerinin ihracatındaki bu yavaşlamada son yıllarda pazar alanlarında yeni rakiplerin ortaya çıkması, önemli bir nedeni oluşturmuştur. Öyle ki tekstil-giyim ihracatımızın %65'i gibi büyük bir oranının yapıldığı AB pazarında DTÖ anlaşmalarına bağlı olarak başta Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere hammadde, işgücü ve enerji fiyatları alanında daha avantajlı durumda olan uzakdoğu ülkeleri giderek etkinliğini arttırmışlardır. Uzakdoğu ülkeleri özellikle Çin Halk Cumhuriyeti dış pazarımızı etkilediği gibi son yıllarda tekstil-giyim tüketimimizde de kendisini göstermeye başlamıştır.

DTÖ'nün Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre 2005 yılından itibaren tüm kotaların kalkmasıyla tekstil-giyim ihracatı önündeki tüm engeller kalkacaktır. Böylece bugüne kadar gümrük birliği nedeniyle AB'ne kotasız ihracat yapan Türkiye'nin AB pazarında diğer ihracat yapan ülkeler arasındaki avantajı ortadan kalkacaktır. Yeni rekabet döneminde özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'nin büyük stoklar yaparak hazırlandığı düşünüldüğünde ihracatında tekstil-giyim sektörünün en büyük oranı oluşturduğu bir çok ülke gibi Türkiye'nin dış ticaretini ve dolayısıyla ödemeler dengesini giderek olumsuz etkileyeceği açık olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak Türkiye'nin tekstil-giyim sektörünün başlıca hammaddesi olan pamuk üretimi konusunda GAP'ın gittikçe devreye girmesiyle üretimin artması, en büyük pazarı olan AB'ne coğrafi yönden yakınlığı ve bu pazarın ihtiyaçlarını iyi tanınması, modern makine parkının bulunması ve kaliteli üretimi, rakip ülkelere göre daha fazla bilgi birikimi ve alıcının isteğini hemen yerine getirebilme becerisine sahip olma gibi birçok özelliği barındırması 2005'den itibaren de rekabete dayanabilecek özelliktedir. Bununla birlikte Türkiye'nin sektördeki en büyük rakipleri olan Başta Çin Halk Cumhuriyeti olmak üzere uzakdoğu ülkeleriyle uzun vadede maliyet üstünlüğüne dayalı bir rekabete girme şansı bulunmamaktadır. Bu nedenle Türkiye'nin yeni rekabet şartlarında uzun vadede etkilenmeden sektördeki konumunu koruyarak iç ve dış pazarlarda daha fazla kâr elde etmek için şu andaki konumu olan gelişmiş ülkelere genelde fason üretim yapan bir yapıdan, bu ülkelerde olduğu gibi katma değeri daha yüksek olan moda, marka ve bunun ticaretine yönelmesi daha uygun görülmektedir. Moda ve markada; kaliteli ve hızlı üretim, ürün çeşitliliğinin artırılması alıcının isteği ve pazar şartlarını iyi tanıma, yeni teknoloji makine ve araçların kullanımının yanı sıra bu yeni teknoloji ürünü araçlarını kullanacak vasıflı işgücünü gerekli kılmaktadır. Bu nedenle tekstil-giyim eğitimi veren üniversite ve meslek liselerin eğitim kalitesinin yükseltilmesi ve ar-ge çalışmalarının artırılması önem arz etmektedir. Ancak sektörün moda ve marka yaratma konumuna geçişi ve bunu dünya pazarlarında kabul ettirmesi belli bir süreci gerektirdiğinden bu geçiş döneminde bir boşluk olmasını önlemek için bir takım tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Bunun için üretimin daha çok istihdama gerek duyulan ve üretim maliyetinin daha düşük olduğu alanlara kaydırılmasında yarar bulunmaktadır. Nitekim tekstil-giyimdeki birçok rakip ülke benzer bir yöntemi uygulayarak gelişmiş bölgelerdeki başlıca yerleşme merkezlerini moda ve marka merkezi, gelişmekte olan bölgeleri ise üretim alanları haline getirmişlerdir. Oysa Türkiye’de şimdiye kadar genelde bunun tersi bir durum meydana gelmiştir. 2004 yılı itibarıyla ilk 500 büyük sanayi işletmeleri içine giren 98 tekstil-giyim sanayi kuruluşunun 54’ü Marmara Bölgesi’nde, bunların içinde ise 44’ü İstanbul’da bulunmaktadır (www.capital500.net). Eğer Türkiye’nin en gelişmiş bölgeleri olan Marmara ve Ege’deki İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirler moda ve marka merkezi haline getirilerek, tekstil ve özellikle yoğun emek gerektiren giyim üretiminin istihdama gerek duyulan ve üretim maliyetinin çok daha düşük olduğu, hammadenin üretildiği Doğu ve Güneydoğu Bölgelerine kaydırıldığı taktirde; bir yandan maliyet açısından daha avantajlı bir durum yaratılırken diğer yandan gelişmekte olan bölgelerde istihdam yaratılarak bu alanlardan büyük şehirlere yönelen göçün yavaşlamasıyla başta çarpık şehirleşme olmak üzere birçok sosyo-ekonomik sorunların çözümüne katkı sağlanmış olunacaktır.

Türkiye’de tekstil-giyim üretiminin ve ihracatının sürekliliğinin sağlanması ancak geniş pazar alanlarına ulaşmakla mümkündür. Tekstil-giyim ihracatımızın bugüne kadar başlıca pazarı olan ve aynı zamanda içinde önemli tekstil ihracatçısı ülkeleri barındıran AB pazarına bağımlılığı azaltmak ve ihracat oranını arttırmak için yeni pazarlar aranmalıdır. Özellikle önemli birer tekstil-giyim ithalatçısı ülke olan ABD, Kanada, Japonya ve İsviçre gibi gelişmiş ülkelerin pazarlarında daha fazla yoğunlaşarak ihracat oranı artırılmalıdır. Aynı şekilde her ne kadar dünyanın en büyük tekstil-giyim ihracatçısı dahi olsa, bugün 1,5 milyar nüfusuyla dünyadaki her dört tüketiciden birini barındıran Çin Halk Cumhuriyeti pazarının dünyaya açılmasıyla ihracatımız açısından büyük bir fırsat karşımıza çıkmaktadır. Bu dev pazarın ülkemizin ihracatçıları ve yatırımcıları tarafından iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

Türkiye, tekstil-giyim sektöründe üretime ve buna bağlı olarak ihracat artışına imkan verdiği ölçüde devam etmelidir. Ancak, Türkiye’nin sürdürülebilir bir kalkınma için bu sektörün ihracat performansını korumasının yanında alternatif sektörlerin geliştirilmesiyle ihracatımızın tekstil-giyim sektörüne olan aşırı bağımlılığın azaltılması, üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Çünkü tekstil-giyim sektörü dünya mal ticareti içinde %5,6 gibi sınırlı bir orana sahip olduğu gibi son 10 yılda da çok sınırlı bir artış göstermiştir. Bu azalmada başlıca ithalatçı ülkeler olan gelişmiş ülkelerin aynı zamanda önemli birer tekstil-giyim ihracatçısı ülke olmaları yanında hammadde ve işgücü açısından avantajlı olan gelişmekte olan ülkelerin yoğun üretimi de etkili olmuştur. Bunun sonucu olarak giderek artan arzın talepten fazla olması ve buna bağlı olarak tüketicilerin son yıllarda daha kaliteli ürünü daha ucuza elde etme eğilimi içinde olmaları, bu sektörün dünya mal ticareti artışındaki oranını düşürdüğü gibi gelecekte de pek fazla artmayacağı ortaya çıkmaktadır. Dünya mal ihracatı içinde % 5,6 gibi küçük bir oranı oluşturan ve artma ihtimali pek bulunmayan bu sektörün Türkiye’nin en büyük ihracat dilimini oluşturduğu düşünüldüğünde ülkenin sanayileşme sürecinde öncelikli sektörlerini yeniden gözden geçirmesinin gerekli olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu durumda Türkiye’nin küresel koşullarda yeni üstünlükler sağlayan ve dünya ticaretinde payı giderek artan ve katma değeri yüksek yeni sanayi alanlarında yatırımlara ağırlık vermesi büyük önem taşımaktadır. Dünya ticaretinde giderek payı artan bilgi teknolojileri ve iletişim sektörleriyle makine imalatının yanında teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, başta cam ve seramik olmak üzere taşa ve toprağa dayalı sanayi kolu da Türkiye’de yatırım için cazip gelen diğer bir alanı oluşturabilir.

Notlar

1. Pamuklu dokuma gerçek anlamda sanayi devrimiyle ortaya çıkmış ve sanayi devriminin başlıca sanayi ürününü oluşturmuştur. Hobsbawn’ın “sanayi devriminden bahseden pamuktan da bahsediyor demektir” ifadesi bu durumu açık olarak belirtmektedir. Bu konuda daha fazla bilgi için bkz. E.J. Hobsbawn, (2003). Sanayi ve imparatorluk, 53-72.

Referanslar

- Akdağ, A. (1999 a) *Türkiye'nin İktisadi ve İctimai Tarihi I (1243-1453)*, Barış Yayınları, Ankara.
- Akdağ, A. (1999 b) *Türkiye'nin İktisadi ve İctimai Tarihi II (1453-1559)*, Barış Yayınları, Ankara.
- Avcı, S. (2000a) "Türkiye'nin ekonomi politikaları ve coğrafi sonuçları", *Coğrafya Dergisi*, 8, 29-70.
- Avcı, S. (2000b) "Türkiye'nin dış ticaretindeki gelişmeler ve mekansal ilişkiler", *Tarih Dergisi*, 36, 29-67.
- Cillov, H. (1949) *Denizli El Dokumacılığı Sanayi*, İst. Üniv. İktisat Fak. İktisat ve İctimaiyet Enst. Neşriyatı, İstanbul.
- Çadırcı, M. (1997) *Tanzimat Döneminde Anadolu Kentleri'nin Sosyal ve Ekonomik Yapısı*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- DİE, (1951, 1960, 1961, 2001, 2003, 2004) *Dış Ticaret İstatistikleri*, Ankara.
- DPT, (2000) *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Türkiye'nin Dış Ekonomik İlişkileri ÖİK Raporu*, Ankara.
- DPT, (2001) *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Tekstil ve Giyim Sanayii ÖİK Raporu*, Ankara.
- DTM, (2004) İhracat Genel Müd., Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı, Ankara.
- Engin, N. (1992) *Uluslar arası Ticarete Korumacı Eğilimler*, İstanbul Ticaret Odası Yay., İstanbul.
- Faroqhi, S. (2000) *Osmanlı'da Kentler ve Kentliler*, 3. Baskı, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Gürleses, F.; Uzunoglu, S.; Civelek, U. (2003) *Türk Hazır Giyim Sektörü Ufuk 2010 Yol Haritası, Global Hedefler ve Politikalar*, 2. Baskı, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Yay., İstanbul.
- Güvenen, O. (1998) *Türkiye'nin Orta ve Uzun Dönem Yatırım Stratejileri Kapsamında Tekstil Sektörü*, Türkiye Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yay., İstanbul.
- Hobsbawm, E. J. (2003) *Sanayi ve İmparatorluk*, Dost Kitabevi Yayını, Ankara.
- İnan, A. (1972) *Devletçilik İlkesi ve Türkiye Cumhuriyetinin Birinci Sanayi Planı 1933*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- İnstitut Français De La Moda (2004) *Study on The Implication of The 2005 Trade Liberalisation in The Textile and Clothing Sector*, Paris.
- Kanoğlu, N. ve Öngüt, E. (2003) Dünya'da ve Türkiye'de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye'nin Rekabet Gücü, DPT Yay., Ankara.
- Kara, H. (1981) *Çukurova'da Endüstri*, Basılmamış Doktora Tezi, Ankara Üniv. Dil ve Tarih-Coğrafya Fak. Beşeri ve Ekonomik Coğrafya Kürsüsü, Ankara.
- Kara, H. (2004) "Türkiye'de 500 büyük sanayi kuruluşunun ülke sanayisi içindeki yeri, önemi ve bölgesel dağılışı", *İçinde Kentsel Ekonomi Araştırmalar Sempozyumu Kitabı*, C. 1, DPT., Yay., Ankara, 302-313.
- Kazgan, G. (2004) *Tanzimat'tan 21 Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*, 2. Baskı, İstanbul Bilgi Üniv. Yay., İstanbul.
- Kongar, E. (1999) 21. Yüzyılda Türkiye, 16. Baskı, Remzi Kitabevi Yay., İstanbul.
- Kotan, Z. ve Sayan, S. (2003) Türk ihraç ürünlerinin Avrupa Birliği pazarında Güney Doğu Asya ülkelerine karşı rekabet gücünün analizi: 1990-1999", *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 14, 2-21.
- Kurtulmuş, N. (2001) *Küreselleşme ve İnsan Kaynakları Boyutuyla Sanayi Ötesi Dönüşüm*, 2. Baskı, İz Yayınları, İstanbul.
- Malay, H. (1982) "Batı Anadolu'nun Antik Çağdaki Ekonomik Durumu" *Arkeoloji ve Sanat Dergisi*, 1, 50-61.
- TMMOB, (1976) *Türkiye'de Pamuklu Tekstil Sanayinin Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Durumu*, TMMOB Makine Mühendisleri Odası Tekstil Raporu, Ankara.
- Mutluer, M. (1995) *Gelişimi, Yapısı ve Sorunlarıyla Denizli Sanayii*, Denizli Sanayi Odası yayınları, İzmir.
- Mutluer, M. (2004) "Denizli sanayi performansının küreselleşme ve yeni sanayi odakları açısından değerlendirilmesi", *İçinde Kentsel Ekonomi Araştırmalar Sempozyumu Kitabı*, DPT Yay., C. 2, Ankara, 40-50.
- Nebioğlu, H. (2001) *Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti*, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara.
- Pamuk, Ş. (2003a) *Yüz Soruda Osmanlı-Türkiye İktisadi Tarihi 1500-1914*, Koç Kültür Sanat ve Tanıtım Hizmetleri Yay., İstanbul.
- Pamuk, Ş. (2003b) *19. Yüzyılda Osmanlı Dış Ticareti*, DİE Yay., Ankara.
- Quataert, D. (1999) *Sanayi Devrimi Çağında Osmanlı İmalat Sektörü*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Resmi Gazete, 25 Şubat 1995, "Tekstil ve giyim anlaşması".
- Sevin, U. (2001) *Anadolu'nun Tarihi Coğrafyası*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Seyidoğlu, H. (1982) *Türkiye'de Sanayileşme ve Dış Ticaret Politikası*, Turhan Kitabevi Yay., Ankara.
- Tezel, Y. S. (2002) *Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)*, 5. Baskı, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Tokgöz, E. (1999) *Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi (1914-1999)*, 5. Baskı, İmaj Yayınları, Ankara.
- Turan, Z. (2004) "21. yüzyılın büyüyen ekonomisi Çin ekonomisi ve analizi", *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, 508, 84-90.
- UNCTAD. (United Nations Conference on Trade and Development), (2003) *Commodity Yearbook*, Volume II, New York.
- WTO (2000, 2001, 2002, 2003) *International Trade Statistics*, New York.
- www.capital500.net/capital/cap504.htm 23.11.2004.
- Yavan, N. (2001) *Türkiye Dış Ticaretinin Gelişimi ve Yapısı*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ank.Üniv. Sosyal Bilimler Enst., Ankara.