

09.10.2025

TÜRKİYENİN SEKTÖREL DÜZEYDE EKONOMİK PERFORMANSI VE İHRACAT SORUNLARI: TEKSTİL VE HAZIR GİYİM ENDÜSTRİSİ

(Prof. Dr. Orhan ÇOBANın katkılarıyla...)

Ulusal ekonomi içerisindeki endüstrilerin tamamını kapsamakta olan rekabet gücünü artırma, ülkenin üretken sektörlerinin dinamik bir yapıya kavuşturulması için yeni politikaların geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu süreçte, teknolojik değişim ve gelişme, dış ticaretteki yoğunluk ve rekabet, üretimde uygun teknoloji seçimi ve hatta şirketleşme tipleri ve ortaklaşa rekabet yöntemlerinin geliştirilmesinin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Küreselleşme süreciyle birlikte ülke içerisinde faaliyet gösteren firma ve endüstrilerin yanı sıra endüstriler arası rekabet gücü kavramı da önem kazanmaya başlamıştır. Giderek çokuluslu işletmelerin - farklı ülkelerde üretim yapan veya üretimi kontrol eden işletmeler- tercihleri ve faaliyetleri, endüstriyel rekabet gücünün odak noktasıdır. Bu gelişim özellikle iktisadi araştırmalarda, *yoğunlaşma* kavramı etrafında incelenmektedir. Yoğunlaşmanın yanı sıra bilimsel buluşlar (yaratıcılık-icat), yenilik, yeniliğin yayılması, destek endüstrileri, yurtiçi ve yurtdışı piyasaların talep yapısı gibi unsurlar da endüstriler arası ilişkilerde verimliliği ve rekabet gücünü etkilemektedir.

Tekstil/dokumacılık, çeşitli lif türlerinin önce iplik haline getirilmesi, ardından da belirli desenlerde ve renklerde birleştirilmesi sayesinde kumaş¹ ve daha sonrada nihai ürün elde edilmesi aşamalarından oluşan dünyadaki en eski üretim faaliyetidir.

Zaman içerisinde tekstil endüstrisinde kullanılan hammaddeler gelişmiş ve çeşitlenmiştir. Yün, pamuk, bitki saplarından çıkarılan elyaf, başka bir ifadeyle keten, jüt ve kenevir, doğal hammaddeler olmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren kimyasal tekstil sektörü, endüstri

¹ Ayır-ayrı atkı ve çözgü ipliklerinin birbirinin arasından iç-içe geçirilmesine dokuma, sürekli tek bir lifin ya da lifler kümesinin ilmeklenerek birleştirilmesi işlemine ise örme denilmektedir. Dokunmuş veya örülmüş bütün ürünler kumaş olarak adlandırılmaktadır.

içerisindeki yerini almış ve kimyasal işlevlerden geçmiş suni elyaf ile kimyasal polimerleşmeden geçirilmiş sentetik elyaf, iki temel yapay hammadde grubunu oluşturmuştur. Başlangıçta, Avrupa ve Kuzey Amerika'da ve sanayileşmiş olarak nitelendirilen ülkelerde yapılan suni ve sentetik elyaf üretimi, özellikle II. Dünya Savaşı'nı izleyen süreçte başta Tayvan, Güney Kore, Çin ve Türkiye olmak üzere birçok gelişmekte olan ülkede de yaygınlaşmıştır.

Üretimdeki yaygınlığın temeli, işgücü maliyetlerinin uluslararası ölçekteki farklılıklarla açıklanmaktadır. Özellikle uzun vadeli seri üretimde, üretim maliyetlerinde önemli düşüşler kaydedilmiştir. Üretim faaliyetlerinin yoğunlaşma eğilimindeki ülkelerde uygulanan serbest bölgeler, liberal yatırım yasaları, gümrük muafiyetleri, çeşitli teşvik ve yatırım avantajlarının yanı sıra sendikaların yetersiz yapılanması gibi politika ve uygulamalar, ilgili şirketlere yüksek kâr marjlarına ulaşma ve bunları arttırma imkanı sağlamaktadır.

Tekstil endüstrisi, diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de gerek üretim ve istihdama katkısı ve gerekse ihracat yoluyla ekonomiye döviz kazandırması nedeniyle ekonominin lokomotif sektörü olma özelliğini sürdürmektedir. Tekstil endüstrisinde rekabetçiliğinin arttırılması ve sürdürülmesi Türkiye açısından hayati önem taşımaktadır. Türkiye tekstil endüstrisinin geçen dönemle içindeki üstünlükleri; yüksek üretim kapasitesi, hammaddenin bolluğu, endüstrideki deneyim ve bilgi birikimi, teslimat süresinin kısalığı, kaliteli üretim, uygun maliyet, esnek üretim ve ürün çeşitliliği gibi faktörlerden kaynaklanmaktadır.

Bir ülkenin ürün ya da sektör bazında ihracatının yapısı o ülkenin sahip olduğu karşılaştırmalı avantajlarını, ithalatının yapısı ise karşılaştırmalı dezavantajlarını göstermektedir. Balassa yaklaşımına göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler iki şekilde hesaplanmaktadır .

- Bir ülkenin belirli bir ürün ve/veya sanayi kolundaki ihracat payının -o ürün ve/veya sanayi kolu için- dünya ihracat payına oranı.

- Belirli bir sanayi kolundaki ihracat-ithalat oranı.

Hesaplanan indeks değeri $EP_{ax} > 1$ ise, ilgili sektörün ekonomik performansının dünyadakinden yüksek, $EP_{ax} < 1$ ise, düşük olduğunu göstermektedir. Buna göre $EP > 1$ ise ilgili sektörün dünya ölçeğinde rekabetçi; $EP < 1$ ise dünya ölçeğinde rekabetçilikten uzak olması anlamına gelmektedir.

Bu Kriterler Üzerinden Gelişmelere Bakalım:

Tablo-1'e göre, canlı hayvanlar ve gıda maddeleri, içkiler ve tütün, hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar, mumlar, başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar, makine ve ulaştırma araçları,

çeşitli mamül eşya ürün gruplarında Türkiye'nin uluslararası düzeyde rekabetçi bir yapıda olduğu görülmekle birlikte, söz konusu ürün gruplarına ait indeks değerlerinin kritik eşiklerde olması oldukça düşündürücüdür. Bunların dışında kalan ürün gruplarında ise Türkiye'nin uluslararası ölçekte rekabet gücü bulunmamaktadır.

Saha çalışmaları çerçevesinde ele aldığımız Tekstil (65) ve Hazır Giyim Sektörüne (84) ilişkin indeks değerleri dikkate alındığında ise, tekstil sektörünün ele alınan dönemde rekabet gücünü koruduğu ancak hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücünde keskin düşüşler olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda 1989-2001 yılı indeks ortalaması 149,7 olan hazır giyim sektörünün (Kök ve Çoban, 2005) 2024 yılı indeks değeri 5,77'ye düşmüştür.

Tablo- 1: Standart Uluslararası Ticaret Sınıflamasına (SITC, Rev. 4) Göre Türkiye'nin Sektörel Rekabet Gücü (2015-2024)

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
0	Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	2,69	2,55	2,12	2,14	2,18	2,31	2,42	2,25	2,13	2,57
00	Canlı hayvanlar	0,14	0,06	0,04	0,04	0,16	0,25	0,45	0,94	0,07	0,14
01	Et ve et ürünleri	4,62	5,91	5,41	2,87	10,58	11,23	16,61	11,87	3,70	1,84
02	Süt, süt ürünleri ve yumurtalar	4,53	5,90	6,37	6,65	6,01	6,51	9,93	9,41	5,90	7,97
03	Balıklar ve diğer deniz ürünleri	3,48	5,48	4,74	6,29	6,71	8,53	8,12	6,71	7,68	8,75
04	Hububat, hububat ürünleri	1,98	2,58	1,94	1,75	1,21	1,29	1,13	1,14	1,47	2,24
05	Meyva ve sebzeler	6,29	5,40	4,99	6,48	6,44	6,67	7,09	5,88	5,22	5,76
06	Şeker, şeker ürünleri ve bal	4,30	2,79	3,38	4,05	4,66	3,89	9,53	2,34	3,95	5,95
07	Kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri	1,06	1,04	0,92	1,18	1,10	1,04	1,11	1,24	1,10	0,90
08	Hayvanlar için gıda maddeleri	0,29	0,24	0,26	0,35	0,32	0,31	0,45	0,61	0,51	0,55
09	Çeşitli yenilebilir ürünler	1,69	1,83	1,57	1,63	1,68	1,60	1,62	2,06	1,96	2,20
1	İçkiler ve tütün	1,55	1,71	1,75	1,80	1,62	1,76	1,59	1,27	1,10	1,07
11	İçkiler	1,40	1,60	1,56	1,79	1,69	1,66	1,57	1,05	0,83	0,85
12	Tütün ve tütün mamülleri	1,61	1,75	1,82	1,80	1,59	1,80	1,60	1,47	1,33	1,24
2	Akaryakıt hariç yenilmeyen hammadde	0,41	0,44	0,40	0,39	0,42	0,39	0,36	0,37	0,48	0,49
21	İşlenmemiş kösele, deri ve kürk	0,05	0,08	0,05	0,04	0,05	0,04	0,08	0,10	0,10	0,07
22	Yağlı tohumlar, yağ veren meyvalar	0,21	0,33	0,25	0,26	0,27	0,21	0,25	0,24	0,25	0,30
23	Ham kauçuk	0,07	0,07	0,06	0,07	0,07	0,11	0,08	0,12	0,20	0,20
24	Mantar, odun ve kereste	0,05	0,05	0,07	0,10	0,42	0,50	0,79	0,57	0,31	0,32
25	Kağıt hamuru ve kullanılmış kağıt	0,04	0,04	0,03	0,04	0,08	0,09	0,08	0,12	0,16	0,12
26	Dokuma elyafı ve bunların artıkları	0,23	0,24	0,17	0,24	0,21	0,20	0,25	0,23	0,60	0,57
27	Hayvansal ve bitkisel gübreler, tuz, kükürt, topak, alçı gibi mineral maddeler	5,69	5,84	6,52	5,40	5,94	5,36	4,95	3,75	4,35	4,55
28	Metal cevheri, döküntüleri, hurdaları	0,31	0,32	0,30	0,27	0,29	0,29	0,25	0,30	0,35	0,37
29	Başka yerde belirtilmeyen hayvansal ve bitkisel menşeli hammaddeler	0,74	0,79	0,77	0,97	1,18	1,19	1,28	1,40	1,11	1,03
3	Mineral yakıtlar, yağlar ve alkali ürünler	0,43	0,34	0,35	0,35	0,70	0,55	0,63	0,22	0,31	0,33
32	Taş kömürü, kok kömürü ve biriket kömürü	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,05	0,03	0,02

33	Petrol, petrolden elde edilen ürün	0,60	0,51	0,52	0,49	1,04	0,85	0,96	0,99	0,95	0,93
34	Petrol gazları, doğal gaz ve diğer mamul gazlar	0,09	0,09	0,11	0,08	0,10	0,12	0,15	0,21	0,19	0,19
35	Elektrik enerjisi	0,30	0,08	1,26	2,30	3,38	1,93	6,04	0,81	0,47	2,09
3X	Kısım 3'ün başka yerinde sınıflandırılmamış ürünler								0,01	0,00	0,02
4	Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar, mumlar	0,69	0,75	0,86	1,04	0,99	1,06	1,01	1,08	1,17	1,27
41	Hayvansal sıvı ve katı yağlar	0,21	0,33	0,14	0,33	0,19	0,43	0,21	0,37	0,29	0,41
42	Bitkisel sıvı yağlar ve fraksiyonları	0,72	0,78	0,93	1,15	1,10	1,13	1,06	1,12	1,26	1,38
43	İşlem görmüş bitkisel ve hayvansal katı/sıvı yağlar, mumlar	0,35	0,41	0,24	0,19	0,34	0,33	0,47	0,59	0,46	0,55
5	Başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi ve buna bağlı sanayi ürünleri	0,40	0,40	0,37	0,43	0,48	0,53	0,48	0,55	0,62	0,65
51	Organik kimyasal ürünler	0,08	0,09	0,09	0,08	0,09	0,10	0,13	0,13	0,13	0,12
52	İnorganik kimyasal ürünler	0,67	0,68	0,66	0,97	1,05	1,01	0,89	1,00	1,13	1,09
53	Debatat ve boyacılıkta kullanılan hülasalar, tanen, boya, pigment, macun, mürekkep	0,51	0,49	0,41	0,47	0,55	0,57	0,59	0,68	0,77	0,80
54	Tıp ve eczacılık ürünleri	0,31	0,28	0,28	0,36	0,36	0,45	0,35	0,51	0,54	0,52
55	Uçucu yağlar, parfüm, kozmetik, tuvalet müstahzarları	1,16	1,10	1,03	1,10	1,23	1,46	1,37	1,33	1,33	1,46
56	Mineral kimyasal gübreler	0,21	0,18	0,19	0,29	0,32	0,43	0,31	0,42	0,28	0,40
57	İlk şeklindeki plastikler	0,16	0,16	0,16	0,20	0,23	0,22	0,27	0,33	0,35	0,38
58	İlk şekilde olmayan plastikler	1,85	1,72	1,64	2,01	2,23	2,36	2,50	2,32	2,12	2,39
59	Başka yerlerde belirtilmeyen kimyasal maddeler ve ürünler	0,37	0,38	0,37	0,39	0,49	0,63	0,58	0,60	0,57	0,63
5X	Kısım 5'in başka yerinde sınıflandırılmamış ürünler									4,88	5,70
6	Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar	1,34	1,39	1,38	1,59	1,77	1,77	1,75	1,52	1,43	1,53
61	Başka yerde belirtilmeyen İşlenmiş deri ve köseleler	1,20	1,32	1,42	1,34	1,53	1,23	1,72	1,43	1,12	1,52
62	Kauçuk ve kauçuktan eşya	1,74	1,66	1,79	2,13	2,37	2,05	2,36	2,15	1,94	1,96
63	Mantar ve ahşap eşya(mobilya hariç)	1,18	1,26	1,58	2,77	4,78	4,70	6,35	4,97	3,69	4,57
64	Kağıt,karton ve kağıt hamurundan eşya	0,83	0,86	0,93	1,06	1,25	1,26	1,32	1,16	1,44	1,52
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	2,33	2,37	2,23	2,45	2,49	2,92	3,09	2,38	2,67	3,14
66	Taş, alçı, çimento, amyant, cam, seramik vb. maddeden eşya	2,57	2,57	2,56	2,82	3,60	3,75	3,88	3,50	2,89	3,03
67	Demir ve çelik	0,99	1,04	1,18	1,54	1,61	1,39	1,43	1,12	0,80	0,95
68	Demir ihtiva etmeyen madenler	0,44	0,48	0,44	0,51	0,57	0,60	0,65	0,69	0,64	0,64

69	Başka yerde belirtilmeyen madenden mamul eşya	1,93	1,85	1,94	2,25	2,55	2,69	3,25	3,18	2,78	2,67
7	Makine ve ulaştırma araçları	0,81	0,81	0,93	1,18	1,40	1,04	1,12	1,09	0,94	1,00
71	Güç üreten makineler ve araçlar	0,54	0,53	0,59	0,65	0,75	0,62	0,64	0,74	0,69	0,69
72	Belirli sanayiler için özel makineler	0,57	0,50	0,62	0,77	1,31	0,91	0,82	0,85	0,73	0,85
73	Metal işleme makineleri	0,55	0,54	0,62	0,73	0,88	0,65	0,62	0,54	0,62	0,70
74	Diğer genel endüstri makina/cihazların aksamları	0,56	0,52	0,59	0,73	0,93	0,83	0,89	0,89	0,86	0,86
75	Büro makineleri ve otomatik veri işleme makineleri	0,20	0,13	0,10	0,11	0,11	0,07	0,07	0,10	0,10	0,10
76	Haberleşme,ses kaydetme ve sesi tekrar vermeye yarayan cihaz ve araçlar	0,35	0,34	0,34	0,42	0,42	0,30	0,36	0,36	0,29	0,29
77	Elektrik makineleri,cihazları ve aletleri, vb.aksam,parçaları	1,36	1,13	1,03	1,36	1,57	1,42	1,42	1,34	1,16	1,31
78	Motorlu kara taşıtları	1,29	1,46	1,81	2,47	3,44	1,86	2,09	1,95	1,25	1,33
79	Diğer taşıt araçları	0,55	0,50	0,73	0,79	0,70	0,66	1,11	0,79	0,84	0,89
8	Çeşitli mamül eşya	2,61	2,76	2,83	3,16	3,49	3,57	4,28	3,74	2,85	2,17
81	Prefabrik yapılar; sıhhi su tesisatı, ısıtma ve sabit aydınlatma cihazları	2,66	3,17	3,72	4,90	6,46	5,79	7,40	6,36	4,79	5,00
82	Mobilya;yatak takımı,yatak payandaları ve yastıklar	3,79	5,14	5,38	6,71	8,26	9,08	10,14	9,41	8,01	7,12
83	Seyahat eşyası,el çantaları vb taşıyıcı eşya	0,58	0,66	0,80	1,08	1,12	1,26	1,64	1,35	0,85	0,74
84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	7,66	8,11	8,88	10,00	12,25	12,29	12,30	9,49	7,54	5,77
85	Ayakkabılar	1,12	1,26	1,52	1,80	2,34	2,19	2,42	1,79	1,18	0,89
87	Başka yerde belirtilmeyen mesleki,ilmi,kontrol alet ve cihazlar	0,30	0,28	0,29	0,33	0,39	0,44	0,43	0,43	0,38	0,37
88	Fotograf malzemesi, optik eşya,saatler	0,14	0,15	0,18	0,19	0,18	0,19	0,20	0,17	0,14	0,16
89	Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamül eşyalar	2,07	2,14	2,22	2,39	2,52	2,74	4,03	3,79	2,77	1,68
9	SITC'da sınıflandırılmamış eşyalar	0,44	0,58	0,30	0,19	0,16	0,15	0,21	0,36	0,21	0,30
91	Posta paketlemeleri, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar										
93	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	0,11	0,15	0,14	0,14	0,13	0,16	0,11	8,56		
96	Tedavülde olmayan metal paralar (altın olanlar hariç)								609,23	6,49	0,08
97	Altın, parasal olmayan (altın madeni hariç)	2,83	1,68	0,52	0,30	0,23	0,15	0,83	0,07	0,19	0,27

Kaynak: WTO, 2024. Hesaplamalar tarafımızdan yapılmıştır.

İhracat rakamları, hem ülkelerin hem de ilgili sektörlerin ekonomik performansının bir göstergesidir. Tablo-2’de tekstil ve hazır giyim sektöründe en yüksek ihracat hacmine sahip ilk 10 ülke sıralanmıştır.

**Tablo- 2: Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe En Yüksek İhracat Hacmine Sahip Ülkeler*;
2010-2024; Milyon \$**

	Ürün/Sektör	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2024	Toplam (2023)
Çin	Tekstil	76871	108934	154091	144471	148256	134336	141571	299079
	Hazır Giyim	129820	174573	141501	172897	182416	164743	165241	
Almanya	Tekstil	14155	13255	13978	15127	14247	13988		43692
	Hazır Giyim	17303	16954	23588	27111	27212	29704		
İtalya	Tekstil	12966	11746	9783	12001	12593	12147		42415
	Hazır Giyim	20122	21248	22829	27811	28958	30268		
Vietnam	Tekstil	3061	5628	9798	11556	11024	11032	11471	42071
	Hazır Giyim	10390	21948	28065	30621	35298	31039	33939	
Hindistan	Tekstil	12833	17263	15042	22233	19339	18042	18764	33408
	Hazır Giyim	11229	18168	12973	16150	17641	15366	16365	
Türkiye	Tekstil	8964	11120	11697	15165	14592	13266	13355	31995
	Hazır Giyim	12760	15538	15351	18729	19901	18729	17908	
Fransa	Tekstil	5708	4722	4364	5108	5092	5254		22107
	Hazır Giyim	10066	10754	11616	13926	15300	16853		
ABD	Tekstil	12169	13935	11377	13122	13873	12398	11800	19578
	Hazır Giyim	4694	6128	4835	6136	7161	7180	7004	
Pakistan	Tekstil	7848	8232	7112	9188	9273	8205	8400	16261
	Hazır Giyim	3930	5023	6177	8456	9568	8056	9278	
Güney Kore	Tekstil	10968	10645	7744	8678	8304	6973	6841	9079
	Hazır Giyim	1610	2118	1920	2208	2195	2106		

Kaynak: WTO, 2025; *2023 yılı baz alınarak sıralama yapılmıştır.

Tablo-2’ye göre 2023 yılı verileri dikkate alındığında Çin yaklaşık 300 milyar dolarlık ihracatı ile ilk sırada yer almaktadır. Bu ülkeyi 44 milyar dolar ile Almanya, 42 milyar dolar ile İtalya takip etmektedir. Türkiye yaklaşık 32 milyar dolarlık ihracatı ile 6. Sırada yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü, makroekonomik göstergeler açısından da önemli bir sektördür. Tablo-3’de Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektöründe işyeri ve çalışan sayılarına ilişkin bilgiler özetlenmiştir.

Tablo- 3: Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe İşyeri ve Çalışan Sayıları

Yıllar		Tekstil Sektörü	Hazır Giyim Sektörü	Toplam
2007	İşyeri Sayısı	13.196	32.572	45.768
	Çalışan Sayısı	374.359	434.992	809.351
2010	İşyeri Sayısı	14.624	28.411	43.035
	Çalışan Sayısı	356.477	390.140	746.617
2015	İşyeri Sayısı	17.050	33.265	50.315
	Çalışan Sayısı	420.927	482.816	903.743
2020	İşyeri Sayısı	17.751	35.934	53.685
	Çalışan Sayısı	460.399	608.587	1.068.986
2022	İşyeri Sayısı	20.443	43.607	64.050
	Çalışan Sayısı	484.183	738.426	1.222.609

Kaynak: SGK, 2024.

Tablo-3’e göre, 2022 yılı verilerine göre Türkiye’de toplam istihdamın 31 milyon civarında olduğu dikkate alındığında, tekstil ve hazır giyim sektörünün toplam istihdamdaki payı **%6,5** civarındadır.

Tekstil ve hazır giyim sektörünün en önemli girdilerinden birisi pamuktur. Tablo-4’de Türkiye’de pamuk ve arz ve kullanımına ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo- 4: Türkiye Pamuk Arz ve Kullanımı (1.000 ton)

	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23
Alan/Area (bin ha)	519	478	359	432	573
Verim/Yield (kg/ha)	1.880	1.700	1.830	1.930	1.780

Üretim/Production	977	814	656	833	1.018
Tüketim/Consumption	1.680	1.473	1.644	1.858	1.906
Bitiş Stokları/Ending stocks	911	1.171	1.216	1.271	1.215
İthalat/Imports	785	1.017	1.160	1.203	912
İhracat/Exports	155	98	127	123	80

Kaynak: TEPGE, 2025.

Tablo-4'e göre, pamuk üretim alanlarında, verimde, üretimde herhangi bir artış olmazken tüketim zamanla artmıştır. İhracat ve ithalat rakamları incelendiğinde ise Harran Ovası, Çukurova, Amik Ovası, Aydın Ovası gibi pamuk üretimi açısından dünyanın en verimli arazilerine sahip **Türkiye pamuk dış ticaretinde NET İTHALATÇI ülke konumuna düşmüştür.** Türkiye'nin genel ihracatı ile tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracat performansının karşılaştırılması Tablo-5 yardımıyla özetlenmiştir.

Tablo- 5: Türkiye'nin Tekstil, Hazır Giyim ve Toplam İhracat Verileri (Milyon \$)

	İhracat	Tekstil	TİP(1)	Hazır Giyim	TİP(2)	1+2
1990	12.959	1.440	0,11	3.331	0,25704	0,37
1995	21.599	2.527	0,12	6.119	0,2833	0,40
2000	27.775	3.672	0,13	6.533	0,23521	0,37
2005	73.476	7.076	0,10	11.833	0,16105	0,26
2010	113.883	8.964	0,08	12.760	0,11204	0,19
2018	177,169	11,881	0,07	16,229	0,0916	0,16
2019	180,833	11,777	0,07	16,381	0,09059	0,16
2020	169,638	11,697	0,07	15,351	0,09049	0,16
2021	225,214	15,165	0,07	18,729	0,08316	0,15
2022	254,17	14,592	0,06	19,901	0,0783	0,14
2023	255,627	13,266	0,05	18,729	0,07327	0,13
2024	261,855	13,355	0,05	17,908	0,06839	0,12

Kaynak: WTO, 2025.

Tablo-5'e göre, tekstil ve hazır iym sektörünün toplam ihracat içerisindeki payı 1990' yılında % 37 düzeylerinden 2024 yılında % 12 düzeylerine gerilemiştir. Bu tespit, Tablo-1'de yer alan indeks değerleriyle örtüşmekte olup, sektörün zamanla uluslararası rekabet gücünün azaldığına işaret etmektedir. **Söz konusu rekabet gücünün azalmasının en önemli nedenleri olarak, sermaye ve istihdam kapasitesindeki daralmanın yanı sıra konkordato ve iflasların yanı sıra yüksek maliyetler nedeniyle özellikle hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların fabrikalarını Özbekistan, Türkmenistan ve Mısır gibi ülkelere taşımaları sayılabilir.**

SANAYİCİNİN SÜRÜKLENDİĞİ DURUM VE PİYASA DARALMASI

-2018-2025 döneminde konkordato sayılarının en yüksek olduğu 10 sektör arasında tekstil sektörü 2. Sırada yer almaktadır.

-2018-2025 döneminde konkordato alan 1502 firmanın 316 tanesi tekstil alanında faaliyet göstermektedir. Buna göre konkordato oranı %21 dir.

-Deprem bölgesinde de en çok konkordato alan ikinci sektör yine tekstildir: 2025 yılının ilk 8 ayında Gaziantep'te konkordato alan 120 firmanın 30 adeti (%40), Kahramanmaraş'ta ise konkordato alan 70 firmanın 27si (%39) tekstil firmasıdır.

Yukarıdaki bilgiler dikkate alındığında tekstil ve hazır giyim sektörünün her geçen gün ekonomik performansı düşmekte, ekonomiye olan katkısı azalmakta ve sektör uluslararası rekabet gücünü kaybetmektedir. Hükümet edenler ise sürece seyirci kalmaktadır.

TÜRKİYE'DE TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜNÜN AZALMASININ NEDENLERİ

1. Üreticilerin Finansmana Erişim Zorlukları

Saha çalışmalarında da görüldüğü üzere, tekstil ve hazır giyim sektöründe üreticilerin finansmana erişiminde ciddi sorunlar bulunmaktadır.

2. Yüksek Girdi Maliyetleri

- **Enerji, işçilik ve ham madde maliyetlerinin artması**, Türkiye'deki üreticilerin maliyetlerini yükseltmiştir. Rekabet gücü azalan firmalar fabrikalarını Özbekistan, Türkmenistan ve Mısır gibi ülkelere taşımaktadırlar.
- Türkiye'nin pamuk gibi ana hammaddeleri yeterince üretememesi ve ithalata bağımlı olması, döviz kurundaki dalgalanmalardan olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır.
- Tarım sektörünün birçok faaliyet alanında olduğu gibi, başta Harran Ovası, Çukurova, Amik Ovası ve Aydın Ovası olmak üzere tekstil sektörünün temel girdisi olan pamuğu üreten çiftçiler kendi sorunlarıyla baş başa bırakılmış, sorunlarını çözemeyen çiftçiler

pamuk ekmeye son vermişlerdir.

3. Döviz Kuru Dalgalanmaları

- Kur artışları kısa vadede ihracatçıyı destekliyor gibi görünse de, **ithalata bağlı üretim yapısı nedeniyle maliyetler artmakta**, bu da rekabeti zorlaştırmaktadır.
- Ayrıca **kur istikrarsızlığı**, yatırım planlamasını ve uzun vadeli ihracat stratejilerini olumsuz etkilemektedir.

4. Yüksek Vergi ve Sosyal Güvenlik Yükleri

- İş gücü üzerindeki vergi ve SGK prim yükü, sektördeki maliyet baskısını artırmaktadır.
- Özellikle kayıt dışılıkla mücadele eden firmalar için rekabet dezavantajı yaratmaktadır.

5. Ar-Ge ve Tasarım Yetersizliği

- Türkiye, hala büyük ölçüde fason üretici konumundadır.
- **Markalaşma, tasarım, inovasyon ve katma değerli üretim** konularında yeterli gelişme gösterilememiştir.
- Çin, Vietnam gibi ülkelerle fiyat bazında rekabet zor; Avrupa ülkeleriyle ise kalite ve marka algısı açısından dezavantajlı konumda kalınabilmektedir.

6. Küresel Rekabet ve Düşük Maliyetli Ülkeler

- Çin, Bangladeş, Vietnam, Hindistan gibi ülkeler **daha düşük işçilik maliyetleriyle** üretim yapabilmekte ve büyük ölçekli üretim kapasitesine sahiptirler.
- Bu ülkeler ayrıca bazı pazarlarda **tercih edilen tedarikçi** konumuna gelmiştir.

7. Sürdürülebilirlik ve Yeşil Dönüşüm Uyum Sorunları

- Avrupa Yeşil Mutabakatı (Green Deal) ve karbon vergisi gibi uygulamalara uyum, Türkiye'deki firmalar için maliyetli ve karmaşık bir süreçtir. Bu konudaki danışmanlık hizmetleri yetersizdir.
- Bu süreçlere uyum sağlayamayan firmalar, **AB gibi büyük pazarlara ihracatta zorluk** yaşamaktadır.

8. Nitelikli İşgücü ve Eğitim Eksikliği

- Sektörde nitelikli işgücü bulmak zorlaşmıştır.
- Mesleki eğitim ile sanayi arasındaki bağlar yeterince güçlü değildir; bu da verimliliği ve ürün kalitesini olumsuz etkiler.

9. Tedarik Zinciri ve Lojistik Sorunları

- Pandemi sonrası dönemde yaşanan küresel tedarik zinciri krizleri ve **yüksek navlun ücretleri**, ihracatçı firmaların maliyetlerini artırmıştır.

- Türkiye'nin bazı bölgelerindeki lojistik altyapı eksiklikleri de dezavantaj yaratmaktadır.

10. Devlet Desteklerinin Yetersizliği veya Etkin Kullanılamaması

- İhracat, markalaşma ve Ar-Ge teşvikleri yeterince etkili kullanılmamakta ya da firmalar bu desteklerden haberdar olmamaktadır.

11. İmaj ve Marka Algısı Eksikliği

- Türk tekstil ve hazır giyim ürünleri kaliteli olmasına rağmen, global pazarda yeterince güçlü bir marka algısı oluşmamıştır.
- Bu da katma değerli satış yapılmasını ve premium segmentte yer alınmasını zorlaştırmaktadır.

Özetle:

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünün azalması; **artan maliyetler, düşük katma değerli üretim, küresel rekabetin artması, sürdürülebilirlik gereklilikleri ve inovasyon eksikliği** gibi çok boyutlu nedenlere dayanmaktadır. Bu sorunlar, sektördeki firmaların kâr marjlarını düşürmekte ve uluslararası pazarlarda konumlarını zayıflatmakta ya da piyasadan çekilmeye zorlamaktadır.

EKONOMİ OLİTİKALARI BAŞKANLIĞINDAN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Türkiye'nin **tekstil ve hazır giyim sektöründe ihracatını artırması** için çözüm önerileri, yukarıda belirtilen sorunlara doğrudan yanıt verecek şekilde **politik, yapısal ve sektörel reformlar** içermesi gerekmektedir. Aşağıda, ihracat artışına yönelik **somut ve uygulanabilir öneriler** maddeler halinde sunulmuştur:

1. Katma Değerli ve Markalı Üretime Geçiş

- **Orta vadede fason üretimden çıkılmalı**, özgün tasarımlar ve koleksiyonlar oluşturulmalıdır. İtalya vb. ülkelerdeki gibi **marka ve tasarım faaliyetleri** ile katma değerli üretim gerçekleştirilebilir. Almanya, İtalya ve Fransa gibi ülkeler tasarım faaliyetlerine ağırlık vererek, dünyaca tanınan markaları yaratmışlardır.
- Türk markalarının yurt dışında **kendi mağaza ve e-ticaret platformlarıyla** yer alması desteklenmelidir.
- “**Made in Türkiye**” algısını güçlendirecek **marka imajı ve tanıtım kampanyaları** yürütülmelidir.

2. Ar-Ge, Tasarım ve İnovasyonun Teşviki

- **Tasarım ve Ar-Ge merkezlerinin sayısı** artırılmalı, selektif bir yaklaşımla **finansal teşvikler** sağlanmalıdır.

- Üniversite-sanayi iş birliği güçlendirilmeli; **genç tasarımcılara** ve teknoparklara destek verilmelidir.
- Moda ve tekstil alanlarında **uluslararası fuar katılımları** ve yarışmalar teşvik edilmelidir.

3. Yeşil Dönüşüme Uyumun Hızlandırılması

- Avrupa Yeşil Mutabakatı'na (Green Deal) uyum sağlamak için **karbon ayak izi azaltma yatırımları** desteklenmelidir.
- Sektördeki firmalara, **düşük faizli kredi ve hibelerle sürdürülebilir üretim altyapısı kurulması** için finansman sağlanmalıdır.
- **Organik ve geri dönüştürülmüş ürün üretimi** teşvik edilmelidir.

4. Lojistik ve Tedarik Zinciri Altyapısının Güçlendirilmesi

- Lojistik merkezleri, demiryolu bağlantıları ve liman altyapısı güçlendirilmeli.
- Tekstil OSB'leri ve serbest bölgeler ile ihracat süreçleri hızlandırılmalıdır.
- Tedarik zinciri yönetiminde dijitalleşme (ERP, otomasyon vb.) yaygınlaştırılmalıdır.

5. İhracat Desteklerinin Etkinleştirilmesi

- Eximbank kredi ve sigorta imkanları genişletilmeli, **KOBİ'ler için erişimi kolaylaştırılmalıdır.**
- İhracatçılar için daha hedefli ve kolay erişilebilir **eğitim ve danışmanlık hizmetleri** sunulmalıdır. Bu konuda üniversitelerin yanı sıra ticaret ve sanayi odaları gibi sektörel sivil toplum kuruluşları ile sürekli işbirliği mekanizmaları geliştirilmelidir.
- Devlet teşvikleri sadeleştirilmeli ve firmalara **dijital rehberlik platformları** aracılığıyla anlatılmalıdır.
- Selektif tercihler yapılarak, sektörün desteklenmesi gerekmektedir.

6. Yüksek Maliyetlerin Azaltılması

- Enerji ve hammadde maliyetlerini azaltmak için **yenilenebilir enerji yatırımları** (güneş, rüzgar) desteklenmelidir.
- Yerli pamuk ve sentetik iplik üretimi artırılarak **dışa bağımlılık azaltılmalıdır.**
- Türkiye sektörün temel girdisi olan pamuk üretiminde önemli düzeyde fakötr donanımına sahiptir. Bu bağlamda Atatürk Barajı gibi büyük ölçekli barajlar inşa edilmiş olup, Harran Ovası, Çukurova, Amik Ovası ve Aydın Ovası gibi verimli arazilere sahiptir. Hükümet tarafından sektörün göz ardı edilmesi ve çiftçilerin kendi kaderlerine bırakılması nedeniyle Dünyanın en kaliteli pamuğunun yetiştirildiği Amik

Ovasında artık pamuk ekilmemektedir. Bu nedenle Anahtar Parti iktidarında “**Daha İyisi Mümkündür**” mottosundan hareketle yapılacak üretim planlamaları sayesinde sektör yeniden uluslararası ölçekte rekabetçi konuma getirilecektir.

- Pamuk üretiminde işçilik maliyetlerinin azaltılabilmesi için makineleşmeye ağılık verilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Fonları kullanılarak çiftçilerin modern tarım yöntemlerine geçişine imkan sağlanmalıdır.
- Sosyal güvenlik yükleri ve vergi oranlarında, ihracatçı firmalar için **belirli muafiyetler veya indirimler** uygulanabilir.

7. Dijitalleşme ve E-İhracatın Geliştirilmesi

- E-ihracat yapan firmalara özel teşvik paketleri hazırlanmalıdır.
- Türk tekstil markalarının **global pazaryerlerine** girişine yönelik destekler artırılmalıdır.
- Sektördeki firmalar, e-ticaret ve dijital pazarlama konusunda **eğitim programlarıyla desteklenmelidir.**

8. Yeni Pazarlara Açılım

- Afrika, Orta Doğu, Latin Amerika gibi alternatif pazarlarda **ticaret ataşelikleri ve tanıtım ofisleri** kurulmalıdır.
- Hedef ülkelere özel pazar araştırmaları ve müşteri bulma hizmetleri sağlanmalıdır.
- **Serbest ticaret anlaşmalarının kapsamı genişletilmeli**, özellikle Afrika ve Asya pazarlarıyla ilişkiler geliştirilmelidir.

9. Mesleki Eğitim ve Nitelikli İşgücü

- Tekstil sektörüne özel **meslek liseleri, MYO programları ve staj destekleri** artırılmalıdır.
- Firmalarla eğitim kurumları arasında **yapısal işbirlikleri kurulmalıdır** (örneğin, sanayi-içinde eğitim modeli).
- Dijital yetkinlikler ve sürdürülebilirlik bilgisi, eğitim müfredatlarına entegre edilmelidir.

10. Sektörel Koordinasyon ve Kurumsallaşma

- Tekstil ve hazır giyim sektörünü kapsayan **Ulusal Rekabetçilik Stratejisi** oluşturulmalıdır.
- Tüm paydaşları kapsayan **ihracat odaklı sektörel platformlar** kurulmalı, bilgi paylaşımı ve ortak strateji geliştirme teşvik edilmelidir.

Özetle:

Özellikle 11 ili kapsayan deprem bölgesinde sektöre yönelik, sektörün sorunlarını ortadan kaldıracı herhangi bir politika ve/veya model hayata geçirilememiştir. Sektör top yekûn ele alınırsa konkordato ve iflasların sayısı her geçen gün artmaktadır. Nitekim Gaziantep Esnaf ve Sanakarlari Odalar Birliğine yaptığımız ziyarette sanayicinin söylediği řu ifade çarpıcıdır. Sayın Sanayi ve Teknoloji Bakanımıza sektörün durumu arzettiğimizde aldığımız cevap “**sektörü terk edin!**”

Bize göre ekonomisini, hayat standardını bu sektör üzerine kurmuş, emeği ve semayesi ile ülkeye katma değeri yaratan bir sanayicinin sektörü terk etmesi yerine, SAYIN BAKANA **SİZ acil olarak hükümeti terk edin diyen bir ANAHTAR PARTİ var artık.**

Prof. Dr. Recep KÖK

Ekonomi Politikaları Başkanı