

TÜRKİYE TEKSTİL SEKTÖRÜ VE İHRACATI: TARİHSEL GELİŞİM, EKONOMİK ÖNEMİ VE TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜMLER¹

Mehmet Emin SELÇUK²
Hüseyin KARAMELİKLİ³
Siminbar YARIYEVA⁴

Öz

Tekstil sektörü, Türkiye ekonomisinin tarihsel gelişimi içerisinde yalnızca üretim ve ticaret hacmi bakımından değil, aynı zamanda istihdam, bölgesel kalkınma, sanayileşme ve dışa açılma süreçleri bakımından da merkezi bir işlev üstlenmiştir. Osmanlı döneminden günümüze uzanan tarihsel çizgide sektör; üretim kültürü, emek yapısı, örgütlenme biçimleri, devlet politikaları ve uluslararası ticaret ilişkileri bakımından sürekli dönüşüm geçirmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında devlet destekli sanayileşmenin öncü alanlarından biri olarak yeniden yapılandırılan tekstil sektörü, 1980 sonrasında ihracata dayalı büyüme modelinin en önemli taşıyıcılarından biri haline gelmiş, 2000'li yıllardan itibaren ise teknolojik dönüşüm, sürdürülebilirlik ve küresel rekabet baskıları ekseninde yeniden tanımlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye tekstil sektörünün tarihsel gelişimini, ekonomik önemini ve teknolojik dönüşümünü nitel bir çerçevede incelemektir. Çalışmada nicel veriler yalnızca açıklayıcı bir zemin olarak kullanılmış; asıl vurgu sektörün yapısal dönüşümüne, ekonomik işlevine, üretim mantığındaki değişime ve küresel rekabet ortamında geliştirdiği stratejik yönelimlere yapılmıştır. Bulgular, Türkiye tekstil sektörünün tarihsel miras ile modern sanayi dinamiklerini bir arada taşıyan, esnek fakat kırılgan, güçlü fakat sürekli dönüşüm baskısı altında bulunan bir sektör olduğunu göstermektedir. Çalışma sonucunda, sektörün geleceğinin yalnızca maliyet avantajına değil; teknoloji yatırımlarına, sürdürülebilir üretim kapasitesine, pazar çeşitlendirmesine, nitelikli iş gücüne ve yüksek katma değerli üretim modeline bağlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tekstil Sektörü, Tekstil İhracatı, Teknolojik Dönüşüm, Sürdürülebilir Üretim

THE TURKISH TEXTILE SECTOR AND EXPORTS: HISTORICAL DEVELOPMENT, ECONOMIC SIGNIFICANCE, AND TECHNOLOGICAL TRANSFORMATIONS

Abstract

The textile sector has played a central role in the historical development of the Turkish economy not only in terms of production and trade volume, but also with respect to employment, regional development, industrialization, and international integration. From the Ottoman period to the present, the sector has undergone continuous transformation in terms of production culture, labor structure, institutional organization, state policies, and foreign trade relations. Reorganized as one of the pioneering sectors of state-led industrialization during the early Republican era, the textile industry later became one of the main pillars of export-led growth after 1980. Since the 2000s, it has been increasingly redefined by technological transformation, sustainability pressures, and global competition. This study aims to examine the historical evolution, economic significance, and technological transformation of the Turkish textile sector within a qualitative framework. Quantitative data are used only as a contextual background; the focus is placed on structural transformation, economic function, changes in production logic, and strategic responses developed under global competition. The findings indicate that the Turkish textile sector combines historical legacy with modern industrial dynamics and remains both resilient and vulnerable at the same time. The study concludes that the future of the sector depends not merely on cost advantages, but on technological investment, sustainable production capacity, market diversification, qualified labor, and the transition toward high value-added production.

Keywords: Textile sector, Textile export, Technological transformation, Sustainable production

¹ Makale birinci yazara ait 'Türkiye'de Döviz Kurunun Tekstil İhracatı Üzerine Etkisi' konulu Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, 2328226502@ogrenci.karabuk.edu.tr, ORCID: 0009-0009-1827-6797

³ Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, huseyinkaramelikli@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7622-0972

⁴ Doktora Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, siminber1996@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6930-7700

Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin: Selçuk, M. E., Karamelikli, H., & Yarıyeva, S. (2026). Türkiye tekstil sektörü ve ihracatı: Tarihsel gelişim, ekonomik önemi ve teknolojik dönüşümler. *Karabük Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 193-220. <https://doi.org/10.63233/kbuiibfdergisi.1926544>

GİRİŞ

Tekstil sektörü, Türkiye'nin sanayileşme sürecinde öncü rol oynayan sektörlerden biridir ve günümüzde de ekonomik yapının temel bileşenlerinden biri olmayı sürdürmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre tekstil ve hazır giyim sektörü, imalat sanayi üretimi, istihdamı ve ihracatı içerisindeki yüksek payı ile Türkiye ekonomisinin stratejik sektörleri arasında yer almaktadır. Ayrıca sektör, Türkiye'nin toplam mal ihracatı içinde önemli bir paya sahip olup özellikle Avrupa Birliği pazarındaki rekabet gücüyle öne çıkmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu; Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2023). Hem üretim kapasitesi hem de ihracat performansı açısından Türkiye ekonomisinin temel sektörlerinden biri olan tekstil sektörü, yaklaşık 1 milyonu aşan doğrudan ve dolaylı istihdam kapasitesiyle sosyal ve ekonomik açıdan stratejik bir konuma sahiptir. Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye'nin toplam ihracatında en yüksek paya sahip sektör grupları arasında yer almakta; özellikle Avrupa Birliği pazarına yönelik ihracatta belirleyici rol oynamaktadır (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2023).

Osmanlı dönemine kadar uzanan köklü geçmişi, sektöre tarihsel bir avantaj kazandırmış; Cumhuriyet döneminde uygulanan devlet destekli politikalar ise bu yapının kurumsallaşmasını sağlamıştır (Pamuk, 2014). Bugün tekstil sektörü Türkiye ekonomisinin en önemli sanayi kollarından biri olarak görülmektedir. Bunun temel nedenlerinden biri, sektörün yalnızca üretim yapan bir alan olmaması; aynı zamanda istihdam, ihracat, bölgesel sanayileşme, küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyümesi, teknoloji yatırımları ve uluslararası ticaret ilişkileri bakımından çarpan etkisi yaratan bir yapı oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre tekstil ve hazır giyim sektörü yaklaşık 1,2 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır (TÜİK, 2023). Bu ölçekte bir istihdam kapasitesi, sektörü yalnızca ekonomik değil aynı zamanda sosyal açıdan da stratejik hale getirmektedir. Benzer biçimde, Türkiye tekstil sektörünün 2023 yılında 12,9 milyar dolarlık ihracat geliri elde etmesi ve toplam ihracat içindeki payının %10,2'ye ulaşması, bu alanın döviz girdisi ve dış ticaret dengesi bakımından da ne kadar önemli olduğunu göstermektedir (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2023). Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye tekstil sektörünü tarihsel gelişim, ekonomik önem ve teknolojik dönüşüm eksenlerinde nitel bir analiz çerçevesinde incelemektir. Çalışmada, sektörün Osmanlı döneminden bugüne uzanan gelişim süreci ele alınacak; Cumhuriyet'in erken dönem sanayileşme politikaları, 1980 sonrası ihracat odaklı dönüşüm ve 2000 sonrasında hız kazanan dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve pazar çeşitlendirmesi dinamikleri ayrıntılı olarak tartışılacaktır. Aynı zamanda Türkiye'nin başlıca ihracat pazarları, teknolojik yatırımları, Ar-Ge ve inovasyon yönelimleri ile sektördeki sosyo-ekonomik dönüşüm süreçleri de analiz edilecektir. Böylece çalışma, tekstil sektörünü yalnızca bir ihracat alanı olarak değil; Türkiye'nin ekonomik modernleşme serüveninin en görünür, en üretken ve en dönüştürücü alanlarından biri olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Bu çalışma, Türkiye tekstil sektörünün tarihsel dönüşümünü, teknolojik değişimini, dijitalleşme sürecini, sürdürülebilirlik yapısını, emek piyasası ilişkilerini ve küresel rekabet dinamiklerini bütüncül bir çerçevede incelemesi bakımından önem taşımaktadır. Literatürdeki çalışmaların önemli bir kısmı döviz kuru oynaklığı, dış ticaret performansı, rekabet gücü veya KOBİ sorunları gibi daha dar alanlara odaklanmaktadır (Engin, 2007; Özmen, 2014; Sağlam ve Baran, 2025). Bunun yanında bazı çalışmalar tekstil sektörünü yalnızca makroekonomik göstergeler üzerinden değerlendirirken, bazıları ise belirli dönemler veya alt sektörlerle sınırlı analizler sunmaktadır.

Bu araştırma ise mevcut literatürden farklı olarak Türkiye tekstil sektörünü Osmanlı döneminden günümüze uzanan tarihsel süreklilik içerisinde ele almakta; sektörün ekonomik işlevi ile teknolojik dönüşümünü aynı analitik çerçevede birleştirmektedir. Ayrıca çalışma,

sektörü yalnızca dış ticaret verileri üzerinden değerlendirmemekte; dijitalleşme, otomasyon, sürdürülebilir üretim, Ar-Ge kültürü, pazar çeşitlendirmesi ve sosyoekonomik dönüşüm boyutlarını da birlikte analiz etmektedir. Bu yönüyle çalışma, tekstil sektörünü yalnızca bir üretim alanı değil; Türkiye'nin ekonomik modernleşme sürecinin yapısal taşıyıcılarından biri olarak değerlendiren bütüncül bir yaklaşım sunmaktadır. Böylece literatürde parçalı biçimde ele alınan tarihsel, ekonomik ve teknolojik dönüşüm süreçlerini tek bir analiz ekseninde birleştirerek önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Türkiye Tekstil Sektörünün Ekonomideki Yeri

Tekstil sektörü, birçok gelişmekte olan ülkede sanayileşme ve kalkınmanın itici gücü olarak merkezi bir rol oynamaktadır. Türkiye'de de köklü bir geçmişe sahip olan tekstil sanayisi, GSYİH'ye katkısı, dış ticaret hacmi, döviz girdisi ve özellikle istihdam yaratma kapasitesiyle ülke ekonomisinin temel taşlarından biri olmayı sürdürmektedir. Cumhuriyet döneminde devlet destekleriyle güçlenen sektör, yerli hammadde potansiyeli, nitelikli işgücü ve yabancı yatırımlar sayesinde Türkiye'nin en yüksek ihracat kapasitesine sahip sanayi alanlarından biri haline gelmiştir. Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre tekstil ve hazır giyim sektörü 2023 yılında yaklaşık 32 milyar dolarlık toplam ihracat hacmine ulaşmış ve Türkiye'nin toplam ihracatı içerisinde en yüksek paya sahip sektör grupları arasında yer almıştır (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2023). Ayrıca sektör yaklaşık 1,2 milyon kişilik istihdam kapasitesiyle imalat sanayisinin en büyük işveren alanlarından biri olmayı sürdürmektedir (TÜİK, 2023).

Günümüzde sektör, KOBİ ağırlıklı yapısıyla üretim ve ihracatın önemli bir bölümünü gerçekleştirmekte, aynı zamanda milyonlarca kişiye istihdam sağlamaktadır. 2023 verilerine göre tekstil ve hazır giyim sektörü yaklaşık 1,2 milyon kişiye iş imkânı sunarken, ihracat gelirleri ülke ekonomisine ciddi katkı yapmaktadır. Ancak sektör, yüksek enerji ve hammadde maliyetleri, kur dalgalanmaları, dışa bağımlılık ve Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı gibi çevresel düzenlemelerden kaynaklanan önemli zorluklarla karşı karşıyadır.

Bu bağlamda, 2021-2025 dönemine ait ticaret verileri ve Tablo 1'deki bulgular, Türkiye tekstil sektörünün geleneksel pazarlardaki dayanıklılığa rağmen alternatif ve yakın coğrafya pazarlarında dinamik bir genişleme gösterdiğini ortaya koymakta; böylece sektörün küresel rekabet gücünü korurken coğrafi ve yapısal dönüşümünü başarıyla yönettiğini vurgulamaktadır.

Tablo 1. 2021-2025 Dönemine İlişkin Ticaret Değerlendirmesi

Ülke	Toplam İhracat (Son 5 Yıl)	Toplam İthalat (Son 5 Yıl)	Toplam Ticaret Dengesi (Son 5 Yıl)	Pay (İhracat)	Pay (İthalat)	Artış Oranı (İhracat)	Artış Oranı (İthalat)
ABD	8,268.55	153.28	8,115.27	12,76	0.69	-50.38	-12.42
Almanya	4,879.73	847.90	4,031.84	7,53	3.84	-55.96	-41.87
İtalya	4,244.04	1,931.75	2,312.29	6,55	8.75	-49.72	-36.42
Birleşik Krallık	3,177.57	169.18	3,008.38	4,90	0.77	-40.24	-27.31
Belarus	2,487.80	103.50	2,384.30	3,84	0.47	-39.89	-27.96
İspanya	2,115.61	344.33	1,771.27	3,27	1.56	-25.17	-48.08
Rusya Federasyonu	1,927.83	15.09	1,912.74	2,98	0.07	-42.14	-95.85
Bulgaristan	1,884.60	284.11	1,600.50	2,91	1.29	-60.72	-56.08
Hollanda	1,780.43	173.50	1,606.93	2,75	0.79	-56.29	-6.36
Mısır	1,697.96	1,838.46	-140.50	2,62	8.32	-26.83	11.13
Fransa	1,652.48	306.34	1,346.14	2,55	1.39	-49.04	-65.46
Fas	1,565.34	45.00	1,520.34	2,42	0.20	0.61	-50.42
Irak	1,485.31	0.41	1,484.89	2,29	0.00	-20.90	187.89
Romanya	1,387.63	241.85	1,145.78	2,14	1.09	-49.85	-29.86
Polonya	1,383.68	142.69	1,241.00	2,14	0.65	-52.32	-21.87
Suudi Arabistan	1,183.23	38.93	1,144.30	1,83	0.18	7,485.03	-37.36
Tunus	1,151.34	33.34	1,118.00	1,78	0.15	-43.89	-33.11
Portekiz	949.85	173.77	776.08	1,47	0.79	-43.58	-38.40
Yunanistan	904.58	141.29	763.29	1,40	0.64	-48.57	-18.88
Belçika	877.48	184.09	693.39	1,35	0.83	-58.97	-28.69

Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından hesaplanarak oluşturulmuştur.

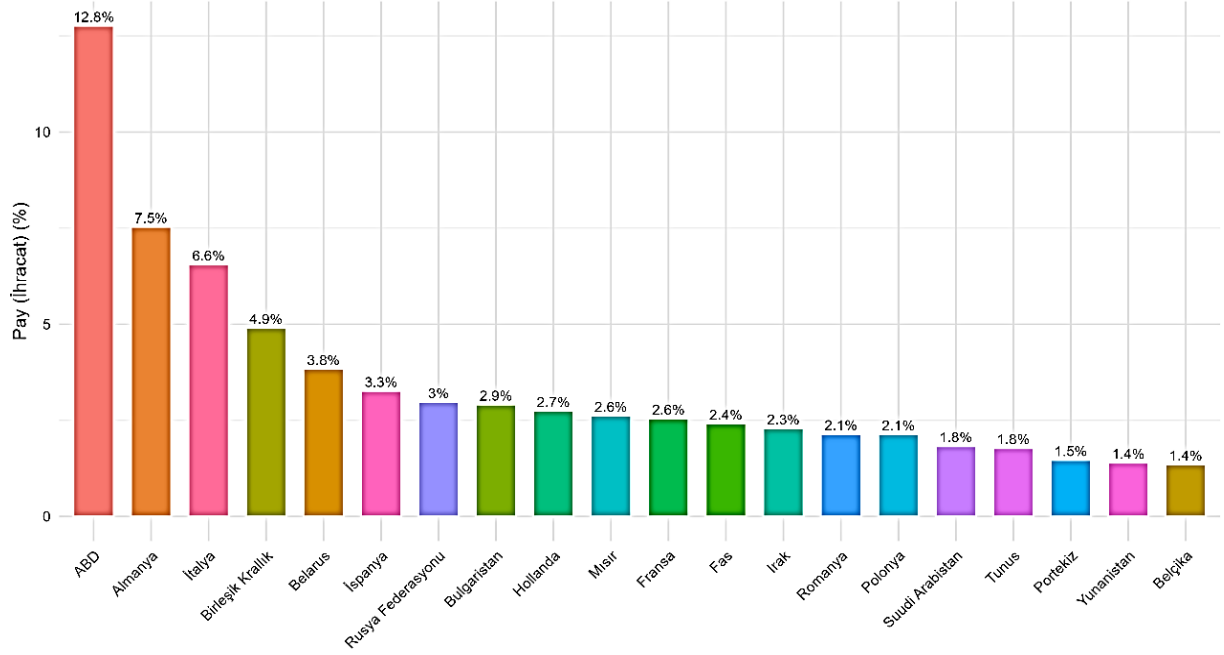
Analiz edilen dönemde Türkiye tekstil sektörünün ihracat ve ithalat dinamikleri yapısal olarak ayrılmıştır. İhracatta ABD, Almanya ve İtalya en yüksek paya sahip geleneksel pazarlar olarak öne çıkarken, bu ülkelerdeki artış oranları genellikle negatif veya düşük seyretmiştir. Bu durum, pazar doygunluğu ve maliyet baskılarını yansıtmaktadır. Buna karşılık Irak, Suudi Arabistan ve Mısır gibi ülkelere ise paylar düşük olmasına rağmen yüksek artış oranları gözlenmektedir; bu da yakın coğrafya ve alternatif pazarlara doğru dinamik bir çeşitlenme eğilimini göstermektedir. İthalatta Almanya, İtalya ve Mısır yüksek paylarını korurken, ithalat artış oranlarının büyük bölümü negatiftir. Bu eğilim, döviz kuru gelişmeleri, yükselen maliyetler ve zayıf iç talep nedeniyle ithalatın daraldığını işaret etmektedir. Genel olarak, yüksek paylı geleneksel pazarlarda büyüme yavaşlarken, düşük paylı pazarlarda genişleme potansiyeli artmakta; ithalatta ise daralma belirginleşmektedir. Bu yapı, sektörün net ihracatçı konumunu güçlendirmekte ve dış ticaret fazlası yoluyla makroekonomik dengeye katkı sağlamaya devam etmektedir.

Dış ticaretteki değişim dinamiklerini incelemek amacıyla kullanılan artış oranları, bileşik büyüme oranı yerine basit yüzde değişim yöntemiyle hesaplanmıştır. Bu kapsamda ihracat artış oranı $\text{Artış Oranı}_{ihracat} = \frac{(\text{İhracat}_{2025} - \text{İhracat}_{2021})}{\text{İhracat}_{2021}} \times 100$ ve ithalat artış oranı

Artış Oranı_{İthalat} = $\frac{(\text{İthalat}_{2025} - \text{İthalat}_{2021})}{\text{İthalat}_{2021}} \times 100$ formülleri kullanılarak hesaplanmıştır.

Ayrıca ihracat ve ithalat payları, ilgili ülke veya sektörün toplam dış ticaret içerisindeki ağırlığını göstermek amacıyla $\text{Pay}_{\text{ihracat}} = \frac{\text{ihracat}}{\Sigma \text{ihracat}} \times 100$ ve $\text{Pay}_{\text{ithalat}} = \frac{\text{ithalat}}{\Sigma \text{ithalat}} \times 100$ formülleriyle elde edilmiştir. Dış ticaret verileri dolar bazında derlenmiş olup, kullanılan veri kaynakları veri seti bölümünde ayrıntılı biçimde sunulmuştur.

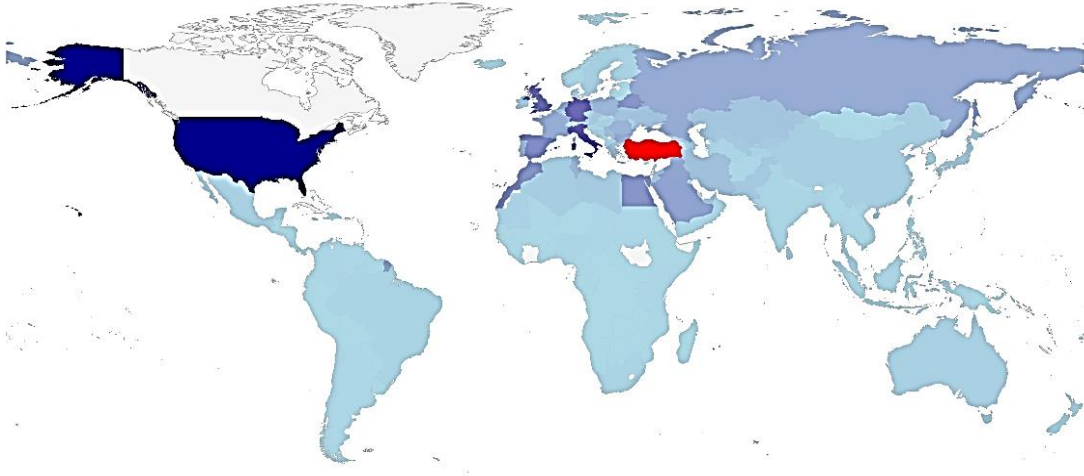
Şekil 1. 2025 Yılına İlişkin İhracat Dağılımı



Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından hesaplanarak oluşturulmuştur.

2025 yılı ihracat dağılımını gösteren Şekil 1, Türkiye tekstil sektörünün ihracatının belirli pazarlarda belirgin şekilde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. ABD, %12,8'lik pay ile açık ara en büyük pazar konumundadır. Bunu Almanya (%7,5), İtalya (%6,6) ve Birleşik Krallık (%4,9) takip etmekte; bu ülkeler gelişmiş OECD ve Avrupa pazarlarının sektördeki ağırlığını vurgulamaktadır. Orta sıralarda yer alan Belarus, İspanya, Rusya Federasyonu, Bulgaristan ve Hollanda gibi ülkelerin payları %3-4 bandında yoğunlaşırken, Irak, Fas, Suudi Arabistan ve Tunus gibi yakın coğrafya ve gelişmekte olan ülkelerin ilk 20 içindeki varlıkları, bölgesel pazarlardaki etkinliğin korunduğunu ve ihracatın coğrafi çeşitlendirilmesi yönünde ilerleme kaydedildiğini göstermektedir. Genel olarak dağılım, Türkiye'nin tekstil ihracatında birkaç büyük pazara yüksek bağımlılığın sürdüğünü, ancak orta ve küçük paylı ülkeler aracılığıyla risklerin kısmen dağıtıldığını ve pazar çeşitliliğinin artırılmaya çalışıldığını ortaya koymaktadır.

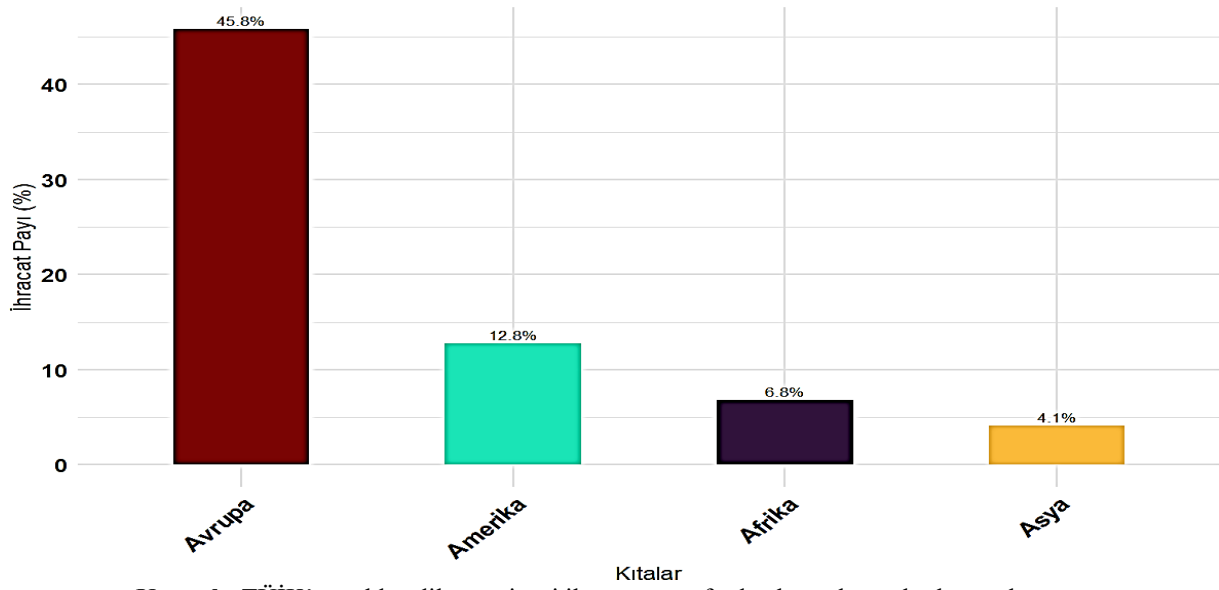
Şekil 2. 2025 Yılına İlişkin İhracat Haritası



Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından R programı ile çizilmiştir.

Şekil 2, 2025 yılı Türkiye tekstil ihracatı değerlerini dünya ölçeğinde choropleth harita yöntemiyle görselleştirmektedir. Haritada koyu mavi tonlar en yüksek ihracat hacimlerini temsil etmektedir. Buna göre ABD, en koyu tonla en belirgin şekilde öne çıkmakta ve Türkiye'nin tekstil ihracatında ikinci en büyük pazar konumunu doğrulamaktadır. İtalya birinci, Almanya ise üçüncü sırada yer almaktadır. Avrupa kıtasında İtalya, Almanya, İspanya ve Hollanda gibi ülkeler orta-koyu tonlarla dikkat çekmekte; AB ülkeleri toplam Türk tekstil ihracatının %40'tan fazlasını oluşturarak sektörün geleneksel ana pazarı olma özelliğini sürdürmektedir. Kuzey Afrika'da Mısır'ın dikkat çekici koyu tonu, Türk firmalarının bu ülkedeki yatırımları ve üretim stratejileri sayesinde Afrika pazarına yönelik başarılı çeşitlendirme çabalarını yansıtmaktadır. Asya, Güney Amerika ve diğer bölgelerde ise genellikle açık mavi tonlar hâkimdir. Bu durum, Çin ve Hindistan gibi büyük üretici ülkelerin Türk tekstil ürünlerine yönelik sınırlı ithalat yaptığını göstermektedir. Genel olarak Şekil 2, Türkiye tekstil ihracatının hâlâ güçlü bir şekilde Avrupa odaklı yapısını koruduğunu, ancak 2025 yılında ABD'nin ikinci sıraya yükselmesi ve Mısır gibi yeni pazarların hızlı büyümesiyle alternatif destinasyonlara yönelik çeşitlendirme stratejisinin ivme kazandığını ortaya koyan önemli bir ampirik görsel kanıt sunmaktadır.

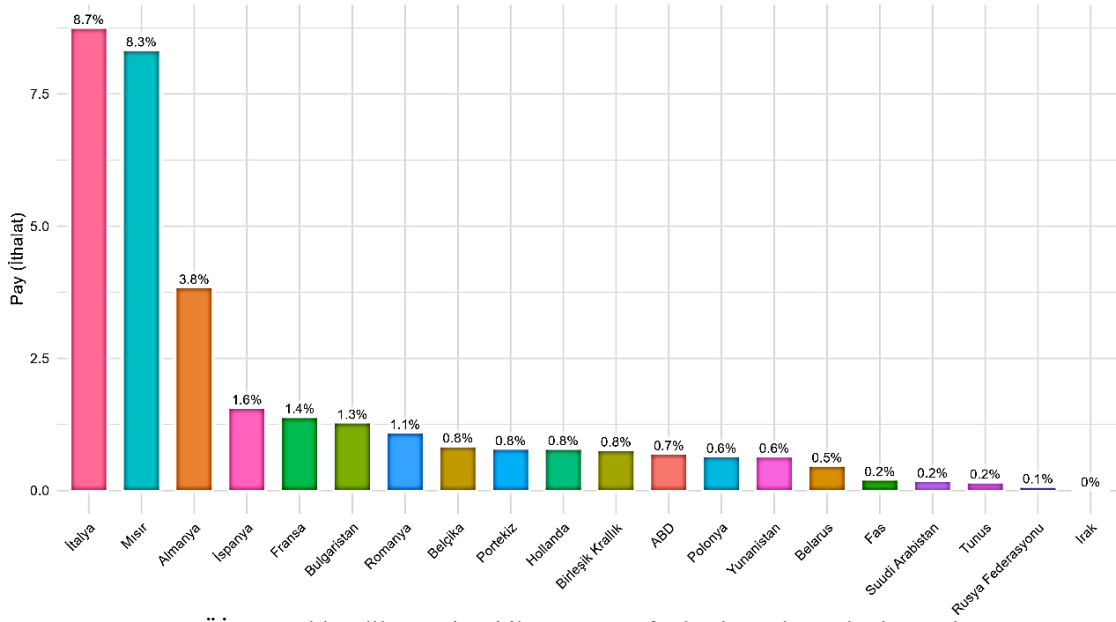
Şekil 3. Kıta Bazında İhracat Payları



Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından hesaplanarak oluşturulmuştur.

Şekil 3, Türkiye tekstil ihracatının kıta bazındaki dağılımını göstermektedir. Harita, sektörün belirgin biçimde Avrupa merkezli bir coğrafi yoğunlaşma sergilediğini ortaya koymaktadır. Avrupa kıtasının toplam ihracat içindeki payı %45,8 gibi yüksek bir orana ulaşmakta ve Türkiye'nin başta AB ülkeleri olmak üzere Avrupa pazarlarıyla güçlü, yerleşik ve uzun vadeli ticari bağlara sahip olduğunu vurgulamaktadır. Amerika kıtasının %12,8'lik payı, özellikle ABD'nin stratejik önemini gösterirken, Avrupa'ya kıyasla ikincil bir ağırlık taşıdığını belirtmektedir. Afrika'nın %6,8'lik payı, yakın coğrafya avantajı ve bölgesel ticaret ağları sayesinde bu kıtada artan bir varlık kazanıldığını işaret etmekte; Asya'nın ise yalnızca %4,1'lik görece düşük payı, Türk tekstil ürünlerinin bu pazarda henüz sınırlı bir penetrasyona sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Genel bağlamda bu dağılım, Türkiye tekstil ihracatının yüksek gelirli ve kurumsallaşmış pazarlarda yoğunlaştığını, coğrafi çeşitlenmenin ise Avrupa dışındaki kıtalarda hâlen sınırlı olmakla birlikte önemli potansiyel barındırdığını göstermektedir.

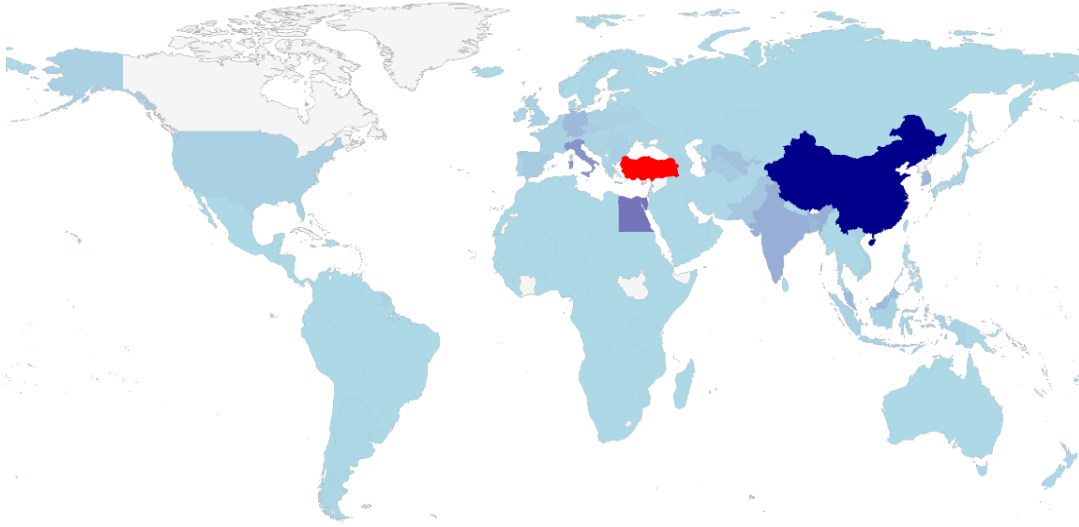
Şekil 4. 2025 Yılına İlişkin İthalat Dağılımı



Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından hesaplanarak oluşturulmuştur.

Şekil 4, Türkiye tekstil sektörünün ithalat yapısının ihracata kıyasla daha sınırlı sayıda ülke üzerinde yoğunlaştığını ve belirli tedarikçilere önemli ölçüde bağımlılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. İtalya (%8,7) ve Mısır (%8,3) en yüksek paylara sahip ülkeler olarak öne çıkmakta; bu durum, yüksek katma değerli kumaş, iplik ve ara mallar bakımından İtalya'ya, emek yoğun ve maliyet avantajı sağlayan girdiler açısından ise Mısır'a olan bağımlılığı yansıtmaktadır. Almanya (%3,8) üçüncü sırada yer alırken, İspanya, Fransa ve Bulgaristan gibi Avrupa ülkelerinin paylarının %1–2 bandında yoğunlaşması, ithalatın ağırlıklı olarak Avrupa merkezli bir tedarik yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Romanya, Belçika, Portekiz ve Hollanda gibi ülkelerin görece düşük paylara sahip olması, bu ülkelerden yapılan ithalatın daha çok tamamlayıcı ve niş girdilerle sınırlı kaldığını işaret etmektedir. Suudi Arabistan, Tunus, Rusya Federasyonu ve Irak gibi ülkelerin ithalat içindeki paylarının oldukça düşük düzeylerde seyretmesi ise bu ülkelerin marjinal tedarikçiler konumunda olduğunu vurgulamaktadır. Genel olarak ithalat dağılımı, Türkiye tekstil sektöründe tedarik zincirinin belirli ülkeler üzerinde yoğunlaştığını, özellikle Avrupa ve yakın çevre ülkelerinin maliyet, kalite ve lojistik avantajlar temelinde stratejik öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

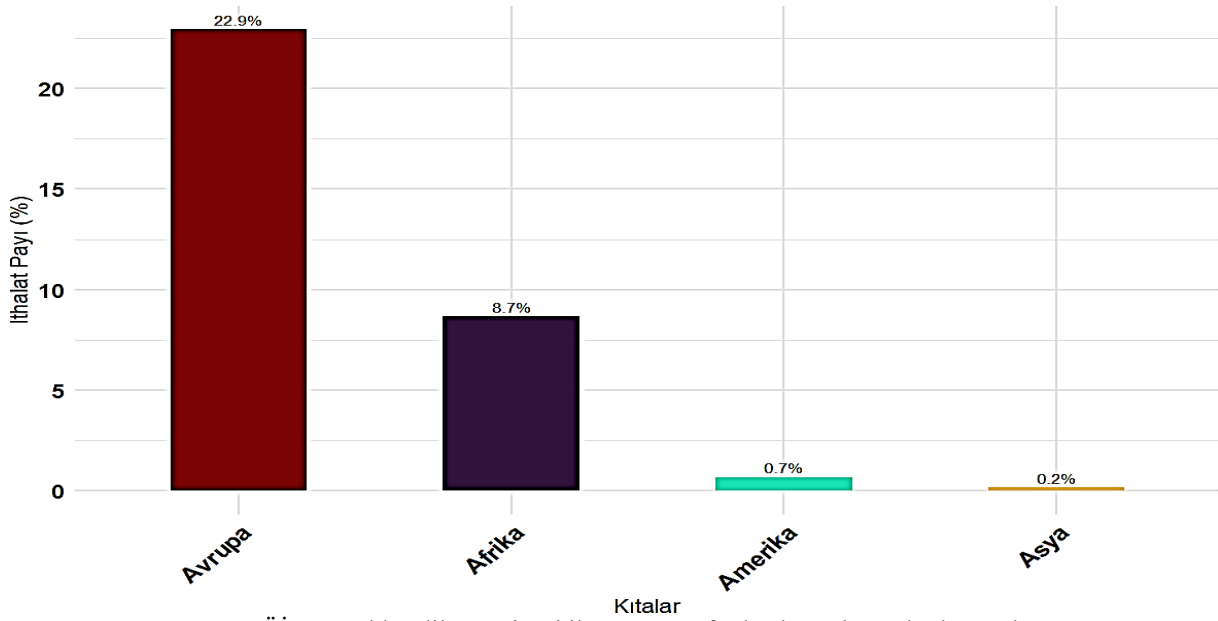
Şekil 5. 2025 Yılına İlişkin İthalat Haritası



Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından R programı ile çizilmiştir.

Şekil 5, 2025 yılı Türkiye tekstil ithalatını dünya ölçeğinde choropleth yöntemiyle görselleştirmekte olup, koyu mavi tonların en yüksek ithalatı temsil ettiği skalaya göre Çin'in açık ara en koyu renkle öne çıktığı görülmektedir. Bu harita, Türkiye'nin tekstil hammaddeleri, iplik ve kumaş ithalatında Çin'in baskın tedarikçi konumunu net biçimde gösterirken, Hindistan ve bazı Güneydoğu Asya ülkelerinin pamuk ve sentetik ürünlerde önemli rol oynadığını, Avrupa'da ise İtalya'nın yüksek katma değerli kumaş ve teknik tekstil ithalatının ana kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da Mısır ile Pakistan orta düzeyde görünürken, diğer bölgeler (Amerika, Afrika ve Avustralya) çok açık tonlar veya renksiz alanlar göstermektedir. Genel olarak harita, Türkiye tekstil sanayisinin hammadde tedarikinde büyük ölçüde Asya'ya (özellikle Çin ve Hindistan) bağımlı olduğunu, buna karşın Avrupa'dan (başta İtalya) kaliteli ve katma değerli girdi ithalatının devam ettiğini belgelemekte; sektörün küresel tedarik zincirindeki ikili yapısını ve Asya bağımlılığının yarattığı kırılganlık risklerini güçlü bir şekilde yansıtmaktadır.

Şekil 6. Kıta Bazında İthalat Payları



Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından hesaplanarak oluşturulmuştur.

Kıta bazında ithalat dağılımını gösteren Şekil 6'ya göre, Türkiye tekstil sektörünün girdi ve ara mal temininde belirgin biçimde Avrupa merkezli bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Avrupa kıtasının toplam ithalat içindeki payının %22,9 ile açık ara en yüksek düzeyde gerçekleşmesi, özellikle ara mallar, iplik ve teknik tekstil girdilerinde Avrupa'ya olan bağımlılığın sürdüğünü ortaya koymaktadır. Afrika'nın %8,7'lik payı ise başta Mısır olmak üzere bazı Afrika ülkelerinin pamuk ve yarı mamul ürünlerde önemli tedarikçi konumuna geldiğini ve ithalat coğrafyasının kısmen çeşitlendiğini işaret etmektedir. Buna karşılık Amerika (%0,7) ve Asya (%0,2) kıtalarının paylarının oldukça sınırlı kalması, ithalatın büyük ölçüde yakın coğrafya ve geleneksel ticaret ortakları etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Bu dağılım, lojistik maliyetler, tedarik süreleri ve kalite standartlarının belirleyici olduğu bir dış ticaret yapısına işaret etmekte ve Avrupa ile güçlü ticari entegrasyonun hem ithalat hem de ihracat tarafında devam ettiğini vurgulamaktadır.

Tablo 2. 2021-2025 Dönemine İlişkin Kişi Başı İhracat Değerlendirmesi

Ülke	Ortalama Kişi Başı İhracat	Standart Sapma (SD) Kişi Başı İhracat	Maksimum Kişi Başı İhracat	Minimum Kişi Başı İhracat
Belarus	54.46	14.74	72.04	31.91
Bulgaristan	52.95	15.73	76.71	32.90
Gürcistan	35.28	10.43	47.47	23.83
Kuzey Makedonya	27.33	8.64	39.21	16.25
Sırbistan	25.04	4.05	28.63	18.73
Moldova	20.22	3.30	22.38	14.37
Portekiz	18.51	5.07	25.12	13.18
Hollanda	18.50	5.34	25.53	10.81
Tunus	18.14	4.44	22.89	10.99
Bosna-Hersek	17.65	3.09	19.29	12.13
Kırgızistan	17.26	5.99	22.97	8.39
İsrail	17.09	8.26	24.06	6.08
Libya	16.96	5.38	22.63	8.43
Yunanistan	16.52	4.23	21.25	10.44
Arnavutluk	15.54	3.99	19.61	9.34
BAE	14.16	5.57	21.74	6.93
İtalya	13.82	3.59	17.29	8.74
Belçika	13.55	4.17	19.10	7.63
Romanya	13.32	3.10	16.14	8.25
Lüksemburg	13.16	2.94	14.96	7.97

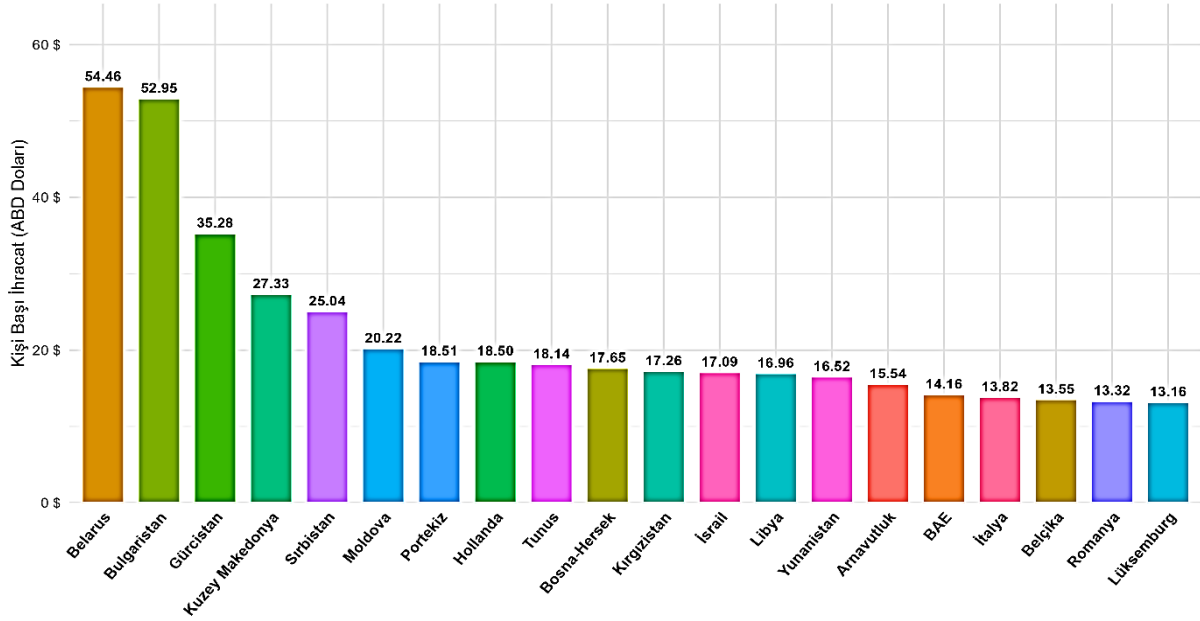
Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından hesaplanarak oluşturulmuştur⁵.

şç yüksek getiri sunduğunu güçlü bir ampirik kanıt olarak desteklemektedir.

Kişi başı ihracat göstergesi ise ilgili yıldaki toplam ihracat değerinin aynı yıl nüfusuna bölünmesiyle hesaplanmıştır. Bu kapsamda kişi başı ihracat değeri $\text{Kişi Başı İhracat} = \frac{\text{ihracat}}{\text{Nüfus}}$ formülü kullanılarak elde edilmiştir. Hesaplamalarda yıllık nüfus verileri kullanılmış ve her yıl için ilgili döneme ait resmi nüfus istatistiklerinden yararlanılmıştır.

⁵ 2021–2025 dönemi için kişi başı ihracat göstergesi, her yıl için ülke bazında ihracatın ilgili yıl nüfusuna oranlanması ve elde edilen yıllık kişi başı değerlerin dönem ortalamasının alınması yoluyla hesaplanmıştır.

Şekil 7. 2021-2025 Yılları Arası Kişi Başı İhracat



Kaynak: TÜİK'ten elde edilen veri seti ile yazar tarafından hesaplanarak oluşturulmuştur.

Şekil 7, 2021-2025 döneminde Türkiye'nin seçili ülkelere yönelik ortalama kişi başı tekstil ihracat yoğunluğunu karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Grafikte Belarus ve Bulgaristan'ın diğer ülkelerden belirgin şekilde ayrıştığı ve en üst grupta yer aldığı görülmekte, bu iki ülke ile üçüncü sıradaki ülke arasında keskin bir fark oluşmaktadır. Takip eden ülkelerde ise kademeli bir düşüş gözlenmektedir; Gürcistan, Kuzey Makedonya ve Sırbistan orta yoğunluk grubunda yer alırken, listenin alt sıralarına doğru değerler birbirine yaklaşmakta ve daha homojen bir dağılım sergilemektedir. Bu yapı, Türkiye'nin tekstil ihracatında belirli pazarlarda güçlü bir yoğunlaşma yakaladığını, ancak daha geniş bir ülke grubunda görece dengeli bir performans gösterdiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak grafik, toplam ihracat hacminin yanı sıra nüfusa oranlandığında kişi başı yoğunluk göstergesinin, pazarlardaki rekabet derinliğini daha net ortaya çıkardığını ve Türkiye'nin bazı ülkelerde belirgin bir derinleşme sağladığını görsel olarak teyit etmektedir.

Tekstil Sektörünün Stratejik Niteliği

Tekstil sektörü, gelişmekte olan ekonomilerde çoğu zaman sanayileşmenin öncü sektörlerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun temel nedeni, sektörün hem emek yoğun üretim yapısına dayanması hem de nispeten hızlı biçimde dış pazarlara açılabilen bir alan olmasıdır. Türkiye açısından bakıldığında da benzer bir tablo ile karşılaşılmaktadır. Tekstil sektörü, ülkenin sanayileşme serüveninde yalnızca üretim yapan bir kol olmamış; aynı zamanda iç pazarın oluşumu, girişimcilik kültürünün gelişmesi, bölgesel üretim merkezlerinin güçlenmesi ve ihracat kapasitesinin artması bakımından belirleyici olmuştur (Pamuk, 2014). Türkiye'de tekstil sanayisinin stratejik niteliği üç düzlemde değerlendirilebilir. Birincisi, sektörün doğrudan ekonomik büyüklüğüdür. GSYİH, dış ticaret hacmi ve sanayi üretimi içerisindeki yeri, bu alanı ulusal ekonomi açısından vazgeçilmez hale getirmektedir. İkincisi, sektörün sosyal etkisidir. Çok geniş bir istihdam alanı yaratması, onu yalnızca sermaye için değil, emek piyasası için de kritik hale getirmektedir. Üçüncüsü ise uluslararası rekabet ve dış açılma kapasitesidir. Tekstil sektörü, Türkiye'nin küresel pazarlardaki görünürlüğünü artıran ve dış ticaret ağları içerisinde ülkeye önemli bir pozisyon kazandıran alanlardan biridir (Uyanık

ve Oğulata, 2013; Türkiye İhracatçıları Meclisi, 2023). Bu noktada sektörün tarihsel sürekliliği de önemlidir. Osmanlı'dan Cumhuriyet'e, oradan liberal ekonomi dönemine ve bugünün teknoloji odaklı üretim dünyasına uzanan çizgi, tekstilin Türkiye'de rastlantısal ya da geçici bir sanayi kolu olmadığını göstermektedir. Aksine, sektör tarihsel olarak kurumsallaşmış, dönemsel koşullara göre yön değiştirmiş ve her yeni ekonomik rejimde kendisini yeniden tanımlamıştır (Bulut, 2024; Yılmaz, 2005: 45-72). Bu nedenle tekstil sektörü, Türkiye ekonomisinin yalnızca bir bileşeni değil; aynı zamanda ekonomik dönüşümlerin okunabileceği bir aynası olarak değerlendirilebilir.

İstihdam, Sosyal Yapı ve Emek Piyasası Açısından Önemi

Tekstil sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerini anlamak için istihdam boyutuna özel olarak odaklanmak gerekir. TÜİK'in 2023 verilerine göre tekstil ve hazır giyim sektörü yaklaşık 1,2 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır (TÜİK, 2023). Bu veri tek başına, sektörün ekonomik büyüklüğünün ötesinde toplumsal önemini göstermektedir. Çünkü bu ölçekte bir istihdam, yalnızca üretim faaliyetini değil; aile gelirlerini, bölgesel yaşam biçimlerini, kentleşme süreçlerini ve iş gücü dolaşımını da etkileyebilir.

Sektörün sosyal önemi, sahip olduğu işletme yapısıyla daha da görünür hale gelmektedir. Türkiye'de tekstil alanında faaliyet gösteren 50.000'den fazla işletmenin büyük ölçüde KOBİ ağırlıklı bir yapıya sahip olması, bu alanı yerel girişimcilik ve küçük ölçekli sanayi örgütlenmesi bakımından da özel hale getirmektedir (Eraslan vd., 2007). Başka bir deyişle tekstil sektörü yalnızca büyük sanayi yatırımları üzerinden değil, aynı zamanda çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletmenin ekonomik hayata katılımı üzerinden de büyümektedir. Bu durum, sektörü tabana yayılan bir üretim ekosistemi haline getirmektedir.

Döviz Geliri, İhracat ve Makroekonomik İşlev

Tekstil sektörünün Türkiye ekonomisindeki ağırlığı, ihracat performansı üzerinden daha somut biçimde görünür hale gelmektedir. Türkiye tekstil sektörü 2023 yılında 12,9 milyar dolarlık ihracat geliri elde etmiş ve toplam ihracatın %10,2'sini oluşturmuştur (Türkiye İhracatçıları Meclisi, 2023). Bu oran, tekstilin Türkiye'nin dış ticaret yapısında yalnızca tamamlayıcı değil, belirleyici bir sektör olduğuna işaret etmektedir. Döviz kazandırıcı faaliyet niteliği sayesinde sektör, cari açık baskısının yönetilmesinde, dış ticaret dengesinin korunmasında ve sanayi üretiminin uluslararası pazarlara eklemlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Türkiye'nin tekstil sektörü ihracatının coğrafi dağılımı da önemlidir. Avrupa Birliği ülkeleri, özellikle Almanya, İspanya ve İngiltere, Türkiye'nin tekstil ihracatında en büyük pazarlar arasında yer almaktadır. Bu durum, Türkiye'nin tekstil üretiminde kalite, hız, yakınlık ve tedarik esnekliği gibi avantajları bir arada kullanabildiğini göstermektedir. Ancak aynı zamanda, Avrupa pazarına yüksek bağımlılık, düzenleyici risklerin de sektör üzerinde güçlü etkiler yaratmasına neden olmaktadır. Özellikle çevresel standartlar, karbon düzenlemeleri ve sürdürülebilir üretim talepleri, Türkiye'deki ihracatçı firmalar için yeni maliyetler ve yeni dönüşüm gereklilikleri doğurmaktadır (Beder, 2024).

Yapısal Sorunlar ve Kırılganlık Alanları

Tekstil sektörünün ekonomik önemini değerlendirirken yalnızca başarı alanlarına odaklanmak yeterli değildir. Sektör aynı zamanda bir dizi yapısal sorunla karşı karşıyadır. Bunların başında enerji maliyetleri gelmektedir. Sanayi üretiminde elektrik ve doğalgaz

fiyatlarının artışı, tekstil üreticilerinin maliyetlerini önemli ölçüde yükseltmektedir (Atan, 2026). Tekstil üretimi; iplik, boyama, dokuma, baskı ve terbiye gibi süreçler nedeniyle enerji yoğun bir yapıya sahiptir. Bu nedenle enerji fiyatlarındaki artış, kârlılığı doğrudan baskılayan bir unsur haline gelebilir.

İkinci önemli sorun, hammadde bağımlılığıdır. Pamuk ve sentetik elyaf gibi temel girdilerde dışa bağımlı yapı, kur dalgalanmalarını sektör açısından ciddi bir risk haline getirmektedir (Saykal, 2025). Üçüncü önemli sorun, çevresel baskılardır. Tekstil sektörü yüksek su tüketimi ve kimyasal kullanımı nedeniyle çevresel etkileri yoğun olan sektörlerden biri olarak görülmektedir (World Trade Organization [WTO], 2015). Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat çerçevesinde karbon emisyonlarını azaltma ve çevre dostu üretimi zorunlu hale getirme yönündeki adımları, Türk tekstil ihracatçıları için yeni uyum maliyetleri doğurmaktadır (Günay, 2025: 130). Bütün bu sorunlar birlikte düşünüldüğünde, tekstil sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri güçlü ama kırılgan bir zemine oturmaktadır. Sektör, yüksek ihracat ve istihdam gücüyle ekonomiye büyük katkı sağlarken; enerji, girdi, çevre ve küresel rekabet baskıları nedeniyle sürekli dönüşmek zorunda kalan bir yapı sergileyebilir. Tekstil sektörünü güçlü kılan etken yalnızca mevcut büyüklüğü değil, değişen koşullara uyum sağlayabilme kapasitesi de olabilir.

TEKNOLOJİK YATIRIMLAR VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Türkiye tekstil sektöründe teknolojik yatırımlar ve dijital dönüşüm, sektörün küresel rekabet gücünü artırmak, verimliliği yükseltmek ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için stratejik bir öneme sahiptir.

Teknolojik Dönüşümün Kavramsal Çerçevesi

Tekstil sektöründe teknolojik dönüşüm, yalnızca yeni makine alımı ya da üretim hızının artırılması anlamına gelmemektedir. Bu dönüşüm, üretim süreçlerinin dijitalleşme, otomasyon, veri yönetimi ve inovasyon temelinde yeniden yapılandırılması anlamına gelir (Olgun ve Turan, 2022: 30). Tekstil sektöründe teknolojik gelişmeler, üretim süreçlerinin verimliliğini artırmak ve hata oranlarını azaltmak açısından kritik bir rol oynamaktadır. Endüstri 4.0 yaklaşımıyla birlikte üretim süreçleri dijitalleşmiş; otomasyon, yapay zekâ ve büyük veri analitiği gibi teknolojiler üretim zincirine entegre edilmiştir (Schwab, 2017). Dijitalleşme sayesinde üretim planlama, stok yönetimi ve kalite kontrol süreçleri daha etkin hale gelmiştir (Koçak ve Yıldız, 2022).

Burada dikkat edilmesi gereken nokta, teknolojik dönüşümün yalnızca verimlilik artışı için değil, aynı zamanda rekabet gücünün korunması ve sürdürülebilirlik hedeflerinin desteklenmesi için de vazgeçilmez hale gelmesidir. Örneğin su ve enerji tasarrufu sağlayan otomatik boya sistemleri, karbon salımını azaltan üretim teknolojileri ve geri dönüştürülebilir iplikler hem çevresel baskılara yanıt vermekte hem de firmalara yeni pazar avantajları sunmaktadır (UNIDO, 2021).

Dijitalleşme ve Otomasyonun Üretim Mantığına Etkisi

Tekstil sanayisinde dijitalleşme, üretim zincirinin her aşamasında veri odaklı bir yaklaşımın benimsenmesini mümkün hale getirmiştir. Üretim planlama, stok yönetimi, kalite kontrol ve bakım süreçlerinin dijital platformlar üzerinden yürütülmesi, sektörün daha önce sahip olmadığı bir şeffaflık ve koordinasyon düzeyi yaratmıştır (Koçak ve Yıldız, 2022). Türkiye'de Kordsa ve Yeşim Tekstil gibi büyük üreticilerin otomasyon sistemlerine yatırım

yaparak küresel standartlara uygun altyapılar kurması, sektörün teknolojik dönüşümünde öncü örnekler olarak öne çıkmaktadır (Kordsa Teknik Tekstil A.Ş, 2023; Men, 2025). Bunun yanı sıra ERP ve MES gibi yazılımların üretim yönetiminde yaygınlaşması, tedarik zinciri ile üretim kararları arasında daha senkronize bir yapı kurulmasını sağlamıştır (World Bank, 2022). Bu yazılımlar, yalnızca makine verimini değil; sipariş yönetimini, stok takibini, üretim esnekliğini ve teslimat performansını da etkileyen önemli araçlar olabilir.

Ar-Ge ve İnovasyon Kültürünün Gelişimi

Tekstil sektöründeki teknolojik dönüşümün en önemli itici gücü Ar-Ge faaliyetleridir. Türkiye’de 2010’lu yıllardan itibaren Ar-Ge merkezleri kurmanın devlet politikası haline gelmesi ve ilgili teşvik mekanizmalarının yaygınlaşması, sektörde yenilik üretme kapasitesini artırmıştır (Onur ve Er, 2022). Bu gelişme, tekstil sektörünü yalnızca üretim odaklı değil, bilgi üreten ve teknoloji geliştiren bir yapı olarak yeniden tanımlayabilir.

Ar-Ge merkezlerinde geliştirilen yenilikler, sadece ürün kalitesini artırmakla kalmamakta; aynı zamanda üretim yöntemlerini de dönüştürmektedir. (Esmer vd., 2019). Ar-Ge kültürünün yalnızca büyük firmalarla sınırlı olmaması da dikkat çekicidir. Kümelenme projeleri, teknopark iş birlikleri ve üniversite-sanayi ortaklıkları sayesinde KOBİ’ler de bu alana dahil olmaktadır (Kurt ve Yavuz, 2013). Uluslararası fonlar ve ortak projeler de inovasyon kültürüne önemli katkı sunmaktadır. Türk firmalarının Horizon Europe, EUREKA ve benzeri programlar aracılığıyla Avrupa’daki araştırma merkezleriyle projeler yürütmesi, teknoloji transferini hızlandırmakta ve sektörün küresel entegrasyonunu güçlendirmektedir (Girgin ve Ulcay, 2024; TÜBİTAK, t.y.). Tekstil sektörü, yalnızca ulusal sanayi politikasının değil, aynı zamanda uluslararası araştırma ağlarının da parçası haline gelebilir.

Sürdürülebilir Üretim Teknolojileri

Tekstil üretiminin çevresel etkileri, son yıllarda sektörün en yoğun tartışılan boyutlarından biri haline gelmiştir. Su tüketimi, kimyasal kullanım, enerji yoğunluğu ve atık yönetimi sorunları, tekstil sanayisini sürdürülebilir üretim teknolojilerine yöneltmiştir (UNIDO, 2021). Dijital baskı teknolojilerinin klasik boya ve baskı yöntemlerine göre su kullanımını ciddi ölçüde azaltabilmesi, sürdürülebilir üretim teknolojilerinin sektöre somut katkılarından biridir (World Bank, 2022). Akıllı boya sistemleri ise kimyasal dozajını otomatik olarak ayarlayarak hem kaynak israfını önlemekte hem de çevresel etkiyi azaltmaktadır. Isı geri kazanım sistemleri ve güneş enerjisi destekli hatlar da enerji verimliliğini artıran önemli uygulamalar arasında yer almaktadır (Pham ve Nguyen, 2026). Organik pamuk ve geri dönüştürülmüş malzeme kullanımının teşvik edilmesi de bu dönüşümün önemli parçaları arasındadır (Can ve Ayvaz, 2017). Burada dikkat edilmesi gereken temel nokta, sürdürülebilir üretimin tekstil sektöründe maliyet artırıcı bir zorunluluk olarak değil, uzun vadeli rekabet avantajı yaratan bir yeniden yapılanma biçimi olarak görülmesidir. Özellikle Avrupa pazarına yüksek bağımlılığı olan Türkiye için sürdürülebilirlik, gelecekte ihracatın devamlılığı açısından belirleyici bir nitelik taşımaktadır (Günay, 2025).

Teknolojik Yatırımın Sosyoekonomik Yansımaları

Teknolojik dönüşüm, üretim süreçlerini değiştirmekle kalmamakta, aynı zamanda sektörün sosyo-ekonomik yapısını da dönüştürmektedir. Otomasyon ve dijitalleşme bir yandan verimliliği artırırken diğer yandan istihdam yapısında niteliksel kaymalar yaratmaktadır (Bal ve Çavdar, 2023). Geleneksel makine operatörlüğü ve el emeğine dayalı üretim süreçleri giderek daha fazla teknoloji destekli hale gelirken, veri analizi, otomasyon yönetimi, yazılım

kullanımı ve bakım-izleme gibi alanlarda uzmanlaşmış iş gücü ihtiyacı yükselmektedir (Şahin ve Bozkurt, 2024). Ekonomik açıdan bakıldığında teknoloji yatırımları firmaların kârlılığını ve ihracat gelirlerini artırmakta, üretim maliyetlerini ise verimlilik artışı ve enerji tasarrufu yoluyla azaltmaktadır (World Bank, 2022).

PAZAR ÇEŞİTLENDİRİLMESİ VE BAŞLICA TEKSTİL İHRACAT PAZARLARI

Tekstil ihracatında güçlü performans kadar, bu performansın hangi pazarlara nasıl dağıldığı da önemlidir. Türkiye tekstil sektörü uzun yıllar boyunca özellikle Avrupa pazarına yoğun biçimde yönelmiştir. Bu yönelim, coğrafi yakınlık, lojistik avantaj, kalite standardı ve tarihsel ticaret ilişkileri bakımından rasyonel görünmektedir. Ancak belli pazarlara aşırı bağımlılık, kriz dönemlerinde ciddi kırılmalara yol açabilmektedir. Bu nedenle pazar çeşitlendirmesi, sektörün uzun vadeli rekabet kapasitesi açısından stratejik bir zorunluluk olarak görülmektedir (OECD, 2023; World Bank, 2022).

Avrupa Birliği Pazarı

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatında en büyük pazarı Avrupa Birliği ülkeleridir. Bu durum, Türkiye-AB ticari ilişkisinin derinliğini yansıtmaktadır. Avrupa pazarı Türkiye için yalnızca hacim bakımından değil, kalite ve standartlar bakımından da belirleyici konumdadır (Eraslan vd., 2008). 1995'te Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesiyle Türkiye'nin AB pazarına erişiminin kolaylaşması, sektörde büyük bir sıçrama yaratmıştır. 2000'li yıllarda ticari ilişkilerin hızlanmasıyla Türkiye Avrupa'nın en büyük tekstil tedarikçilerinden biri haline gelmiştir. 2020 sonrası dönemde sürdürülebilir üretim taleplerinin artması ise organik pamuk ve geri dönüştürülmüş tekstil ürünlerinde Türkiye'nin öne çıkmasına katkı sunmuştur (Eraslan vd., 2008). Almanya, İtalya ve İspanya bu pazar içerisinde öne çıkan ülkeler arasındadır. Almanya'nın Türkiye'nin en büyük tekstil pazarı olması, İtalya'nın iplik ve kumaş alanındaki önemi, İspanya'nın hızlı moda markaları üzerinden Türkiye ile güçlü bağlantılar kurması, Avrupa içindeki pazarların homojen olmadığını; her birinin farklı ürün ve tedarik özellikleri üzerinden çalıştığını göstermektedir (TİM, 2022; T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020). Avrupa pazarı, bu nedenle Türkiye için hem büyük bir fırsat hem de standart baskısının en yüksek olduğu rekabet alanı olabilir.

ABD Pazarı

ABD, Türkiye'nin stratejik açıdan önemli ihracat pazarlarından biridir. 2023 yılında Türkiye'den 1,5 milyar dolarlık tekstil ve hazır giyim ürünü ithal etmiş olması, bu pazarın önemini ortaya koymaktadır (USTR, 2023). Türkiye'nin ABD'ye tekstil ihracatının özellikle 2005 sonrasında artış göstermesi ve 2018'de ABD'nin Çin'e uyguladığı ek gümrük vergileri sonrası pazar payının genişlemesi, küresel ticaret gerilimlerinin Türkiye için bazı fırsatlar doğurabildiğini göstermektedir (Fajgelbaum vd., 2024). ABD pazarında özellikle sürdürülebilir ve teknik tekstil yatırımlarının Türk ihracatçıların rekabet gücünü artırdığı belirtilmektedir (Bashimov, 2017). ABD pazarı yalnızca büyük bir alıcı pazar olarak değil, aynı zamanda ürün niteliği, sertifikasyon ve performans odaklı talepler bakımından da seçici bir pazar olarak görülebilir.

Orta Doğu Pazarı

Orta Doğu pazarı, Türkiye'nin tekstil ihracatında güçlü ve coğrafi yakınlığı nedeniyle stratejik öneme sahip bir alan olarak öne çıkmaktadır. 2023 yılında Türkiye'nin Orta Doğu'ya

yaptığı tekstil ihracatının 2,4 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmesi, bu bölgenin önemli bir dış ticaret alanı olduğunu göstermektedir (TİM, 2022). Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Mısır bu pazarın öne çıkan ülkeleridir.

Suudi Arabistan’da siyasi gerilimler nedeniyle dönemsel daralmalar yaşansa da 2023 itibarıyla yeniden yüksek ihracat hacmine ulaşılmış olması, bu pazarın inişli çıkışlı ama potansiyeli yüksek yapısını göstermektedir (Korhan ve Çınar, 2024). BAE, özellikle lüks moda sektöründeki konumuyla Orta Doğu pazarında öne çıkmaktadır (Busnaina, 2014). Mısır ise aynı zamanda bir üretim partneri olarak önem taşımakta, bu da Orta Doğu pazarının tek boyutlu olmadığını göstermektedir.

Asya Pazarı

Asya pazarı Türkiye için hem fırsatlar hem de zorluklar barındırmaktadır. Çin ve Hindistan gibi ülkelerin düşük maliyetli üretim avantajına sahip olması, bu coğrafyada rekabeti zorlaştırmaktadır (Şahin, 2016). Buna rağmen Japonya ve Güney Kore gibi ülkelerin teknik tekstil ve özel kumaş ithalatı bakımından önemli pazarlar olması, Türkiye için uzmanlaşmış ürünlerde fırsat yaratmaktadır. Çin’e yapılan 430 milyon dolarlık tekstil ihracatı, bu pazarda Türkiye’nin sınırlı ama anlamlı bir yer edinebildiğini göstermektedir (Türk Tekstil Sanayicileri Derneği, 2023).

TEKSTİL İHRACATININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Türkiye’de tekstil ihracatı, Osmanlı döneminden günümüze uzanan uzun bir tarihsel sürece dayanmakta olup, bu süreçte sektör hem üretim kapasitesi hem de uluslararası ticaretteki rolü açısından önemli bir dönüşüm yaşamıştır.

Osmanlı Döneminde Tekstil Üretimi ve İhracatı

Osmanlı İmparatorluğu, tekstil üretimi ve ihracatı bakımından tarih boyunca önemli bir merkez olmuştur. Anadolu’daki dokumacılık faaliyetleri Selçuklu mirası üzerine kurulmuş, Osmanlı döneminde daha da gelişerek hem iç pazarın ihtiyaçlarını karşılayan hem de dış ticarete değer yaratan bir sektöre dönüşmüştür (Bulut, 2024). Bursa, Denizli ve Adana gibi şehirler bu dönemde önemli üretim merkezleri olarak öne çıkmıştır. Bu kentlerde üretilen kumaşlar yalnızca ekonomik değer taşımamış; aynı zamanda kalite ve estetik bakımından Osmanlı ticaretinin saygınlığını temsil etmiştir (Bulut, 2024). Osmanlı tekstilinin önemli bir özelliği, üretimin yalnızca şehirli zanaatkâr yapılarla sınırlı kalmamasıdır. Sektör, geniş coğrafyaya yayılmış üretim birimleri, bölgesel uzmanlaşma ve dış ticaret kanalları sayesinde çok katmanlı bir yapıya sahiptir. 1855 Paris Dünya Fuarı’nda Rize’de üretilen kumaşların ödül alması, Osmanlı tekstilinin uluslararası görünürlüğünü gösteren önemli örneklerden biridir. Aynı şekilde, 19. yüzyılda batı ile artan ekonomik ilişkiler sonucunda Manchester ipliğinin ithaliyle yerli iplik üretiminin yapısı değişmiş olsa da üretim kapasitesinin artması ve tezgâh sayısındaki yükseliş, Osmanlı üreticilerinin yeni koşullara uyum sağlayabildiğini göstermektedir (Pamuk, 2014). Bugünkü tekstil sanayisinin tarihsel kökleri büyük ölçüde bu dönemde atılmıştır.

Cumhuriyet’in İlk Yılları ve Devlet Eliyle Kurumsallaşma (1923-1950)

Cumhuriyet’in ilanıyla birlikte sanayileşme, devlet politikalarının merkezine yerleşmiş ve tekstil sektörü bu sürecin öncü alanlarından biri olarak belirlenmiştir. 1923 İzmir İktisat Kongresi’nde yerli hammaddelere dayalı sanayi yatırımlarının teşvik edilmesi, tekstil

üretiminin stratejik bir sanayi kolu olarak ele alındığını göstermektedir (Evsile, 2018: 110-113). 1933 yılında çıkarılan Sümerbank Yasası ile büyük ölçekli tekstil fabrikalarının kurulması, bu dönüşümün en belirgin adımıdır. Bakırköy Bez Fabrikası, Nazilli Basma Fabrikası ve Kayseri Pamuklu Dokuma Fabrikası gibi tesisler, yalnızca üretim merkezleri değil, aynı zamanda modern sanayi kültürünün sembolleri haline gelmiştir (Bulut, 2024). Bu dönemin önemli özelliği, devletin yalnızca sermaye koyan bir aktör olmaması; aynı zamanda teknik eğitim, tasarım ve iş gücü yetiştirme süreçlerinde de belirleyici rol oynamasıdır. 1940 yılında kumaş desenleri bölümünün açılması, tekstilde estetik ve tasarım boyutunun da kurumsal düzeyde ciddiye alındığını göstermektedir (Bulut, 2024). II. Dünya Savaşı yıllarındaki aksaklıklara rağmen planlı ekonomi yaklaşımı sayesinde üretim sürekliliğinin korunması, tekstil sektörünün Cumhuriyet'in kendine yeterlilik vizyonu açısından ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır (Evsile, 2018: 110-113).

1880 Sonrası Liberal Dönüşüm ve İhracat Sıçraması

1980 sonrası Türkiye ekonomisinde yaşanan yapısal dönüşüm, tekstil sektörü açısından yeni bir evre başlatmıştır. 24 Ocak kararları ile devletin ekonomideki doğrudan ağırlığının azaltılması, özel sektörün teşvik edilmesi ve ihracata dayalı büyüme modeline geçiş, tekstil sektörünü dış pazarlara açılan öncü sektörlerden biri haline getirmiştir (Yılmaz, 2005: 45-72). 1980'li yıllarda hazır giyim ve konfeksiyon alanında yaşanan büyüme, sektörün uluslararası görünürlüğünü artırmıştır. İstanbul, İzmir ve Bursa gibi şehirler üretim merkezleri olarak öne çıkarken, hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payının hızla artması, tekstilin ülke ekonomisindeki ağırlığını daha da belirgin hale getirmiştir (Yılmaz, 2005: 45-72). 1985 yılında tekstil ve hazır giyim ihracatının toplam ihracatın %25'ini oluşturması ve 1990'ların ortasında bu oranın %35'e yükselmesi, sektörün liberal ekonomi dönemindeki yükselişini açık biçimde göstermektedir (Yılmaz, 2005: 45-72). 1990'lı yıllarda sektör daha da çeşitlenmiş; iplik, kumaş, ev tekstili ve teknik tekstil gibi alt dallarda üretim kapasitesi artmıştır. 1995 yılında Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği sürecine girilmesi ve tekstil ürünlerinde gümrük vergilerinin kaldırılması, Türk tekstil ürünlerinin Avrupa pazarına erişimini kolaylaştırmıştır (Yılmaz, 2005: 45-72). Bu dönemde sanayinin mekânsal dağılımı da değişmiştir. Marmara ve Ege'nin yanı sıra İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yeni yatırımların yapılması, organize sanayi bölgelerinin yaygınlaşması ve Gaziantep ile Kahramanmaraş gibi merkezlerin yükselmesi, tekstil sektörünün bölgesel kalkınma üzerindeki etkisini artırmıştır (Yılmaz, 2005: 45-72).

Böylece 1980 sonrası dönem, tekstil sektörünün devlet destekli iç pazara dönük yapıdan özel sektör öncülüğünde ihracat odaklı ve bölgesel olarak yaygınlaşmış bir yapıya geçtiği tarihsel dönemeç olarak değerlendirilebilir.

2000 Sonrası Dönem: Rekabetin Niteliğinin Değişmesi

2000'li yıllardan itibaren Türkiye tekstil sektörü yeni bir dönüşüm evresine girmiştir. Bu dönemde küresel rekabet daha sert hale gelmiş, üretim maliyetleri tek başına belirleyici olmaktan çıkmış, kalite, tasarım, hız, teknik yeterlilik ve sürdürülebilirlik gibi faktörler öne çıkmıştır. Özellikle polyester gibi sentetik malzemelerin kullanımındaki artış, üretim süreçlerinin ve ürün çeşitliliğinin değişmesine yol açmıştır (Erbek ve Ercan, 2025: 1083-1110). Avrupa pazarının önemini koruması, Türk tekstil ürünlerinin kalite standartlarını yükseltmesini ve üretim teknolojilerini modernleştirmesini zorunlu kılmıştır. Dünya Ticaret Örgütü'nün 2005 yılında kota uygulamalarını kaldırmasıyla Türkiye, Çin ve Hindistan gibi düşük maliyetli dev üreticilerle doğrudan rekabet etmeye başlamıştır (Bulut, 2024). 2010 sonrasında çevre dostu üretim teknikleri ve geri dönüştürülebilir malzemelere yapılan yatırımların artması, sektörün küresel taleplere uyum çabasını göstermektedir. Türkiye'nin organik pamuk üretiminde Avrupa

ölçeğinde güçlü bir konuma gelmesi de bu dönüşümün önemli göstergelerinden biridir (Bulut, 2024b). Aynı dönemde markalaşma, tasarım ve yüksek katma değerli ürün geliştirme çabaları da artmıştır. Büyük holdinglerin bu alanlara yönelmesi, sektörün yalnızca fason üretimle sınırlı kalmak istemediğini göstermektedir (Erbek ve Ercan, 2025: 1083-1110).

COVID-19 pandemisi sürecinde medikal tekstil ve koruyucu ekipman üretiminin stratejik önem kazanması, sektörün esnekliğini ve kriz anlarında hızla yeniden konumlanabilme kapasitesini ortaya koymuştur (Erbek ve Ercan, 2025).

LİTERATÜR TARAMASI

Çelikkol'a göre (1999), sektörel dış ticaret şirketlerinde döviz kuru riskinden korunma tekniklerine odaklanan daha erken tarihli çalışmasıyla birlikte düşünüldüğünde daha anlamlı hâle gelir. Çelikkol, dış ticaret işlemlerinin büyük ölçüde yabancı para cinsinden yürütüldüğünü vurgulayarak tüm işletmeler için kur riskinin yönetiminin önemini belirtir; ayrıca SDS'lerin KOBİ'lerin kur riskini azaltmada işlev görebileceğini tartışır. Bu, erken dönemde literatürde riskten korunma kapasitesinin kurumsal örgütlenmeyle ilişkili görüldüğünü gösterir.

Sulak ve Sarı'ya göre (2007), küreselleşme ve yeni dünya düzeni sürecinde verimlilik ve rekabet gücü kavramları önem kazanmıştır. Bu çerçevede, Türkiye imalat sanayisinin genel durumu ele alındıktan sonra, Denizli ekonomisi genel hatlarıyla incelenmiş; ardından Denizli il merkezi ve ilçelerinde faaliyet gösteren sanayi işletmelerinin verimlilik düzeyi ve rekabet gücü ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Engin'e göre (2007), 1980'lerden itibaren Türkiye'de uygulanan serbest politikalar sonucunda ihracat artarken döviz kurundaki belirsizliklerden kaynaklanan ekonomik krizler ortaya çıkmıştır. Türkiye ihracatının öncü sektörlerinden tekstil ve konfeksiyon sektörü, maliyetlerin yüksekliği ve teşvik/yatırım yetersizliği gibi sorunların yanı sıra döviz kuru volatilitesinden kaynaklanan kur riskinin ihracat ve kârlılık üzerindeki olumsuz etkisiyle de rekabet gücü açısından zorlanmaktadır. Çalışmada, tekstil sektörünün önde gelen on firmasının 1994-2004 dönemindeki satış, ihracat, dönem kârı ve öz sermaye kalemlerinin döviz kuru değişimlerinden nasıl etkilendiği incelenmiş, kârlılık oranlarının seyri grafiklerle ortaya konmuştur.

Eraslan ve diğerlerine göre (2008), Porter'ın elmas modeli çerçevesindeki analizi, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabetçiliğini açıklarken ekonomik krizlerin ve döviz kuru dalgalanmalarının sektör performansı ve ihracat üzerinde etkili olduğunu vurgular. Kur, burada talep koşulları, faktör şartları, ilgili ve destekleyici endüstriler ile firma stratejisi ve devlet politikaları içinde işleyen bir unsurdur; dolayısıyla rekabet gücü, kurun düzeyi kadar diğer yapısal faktörlerle etkileşimi üzerinden düşünülmektedir.

Sel'e göre (2009), ticari bankalarda kredi süreci ve sorunlu hale gelebilecek kredilerin finansal ve finansal olmayan uyarılarla izlenmesi analiz edilmiş; kredi derecelendirme kuruluşlarının fonksiyonları ve Basel II uzlaşısına değinilerek Türk bankacılığının bu sürecin getiri ve maliyetlerini dikkatli değerlendirmesi gerektiği vurgulanmıştır. Şirketlerin finansal tablolarından elde edilen finansal ve finansal olmayan kriterler birlikte ele alınarak kredibilite analizi yapılmış, bu sayede kredi taleplerinin değerlendirilmesinde niceliksel ve niteliksel kriterlerin birlikte kullanılmasının daha objektif ve gerçekçi sonuçlar sağladığı gerçek bir örnekle ortaya konmuştur.

Kılıç'a göre (2013), sektörel reel döviz kuru volatilitésinin dış ticaret hacmi üzerindeki etkilerini inceleyen çalışması, 22 imalat sektörü özelinde sektörel reel kur volatilitésinin ihracat hacmi üzerindeki etkisinin pozitif ve anlamlı, ithalat hacmi üzerindeki etkisinin ise anlamlı olmadığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda Solakoğlu ve diğerlerine göre (2008), firma düzeyinde panel veri analizi kullanan çalışma, kur seviyesindeki değişimlerden ziyade kur oynaklığının reel ihracat üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir; firmaların ithalat gelirini doğal bir korunma aracı olarak kullanmaları, döviz hareketlerinin kâr marjları üzerindeki etkisinin hacimden bağımsız değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Özmen'e göre (2014), reel döviz kuru ve Türkiye dış ticaret dinamikleri üzerine çalışması, sektörel belirleyicileri teknoloji yoğunluğu, ürün yetkinliği, ithalat bağımlılığı, ihracat yönelimi, küresel değer zincirlerine entegrasyon ve borç dolarizasyonu gibi değişkenlerle birlikte düşünür. Tekstil sektörünün en az karmaşık ürün grubunda çok yüksek bir açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük değerine sahip olması, sektörün ihracat açısından belirgin bir avantaj taşıdığını göstermekte; ancak bu avantajın aynı zamanda kur hassasiyetini artırması mümkündür.

Yeldan'a göre (2016), çalışması doğrudan tekstil sektörü odaklı olmasa da son otuz yılda Türkiye ekonomisinde süregelen istikrarsızlık ve kriz-büyüme döngüsünü vurgulayarak sektör çalışmalarına makro bir zemin sunmaktadır. Kamu maliyesi, dış dengesizlikler ve toplumsal sınıflar arasındaki çıkar çatışmalarının ekonomik kırılmalık üretmesi, döviz kuru rejimlerinin ve dış ticaret performansının daha geniş bir politik ekonomi bağlamında okunması gerektiğini düşündürmektedir.

Akgöl'e göre (2016), Türk tekstil KOBİ'leri üzerine odaklanan ve tarife-kota etkilerini inceleyen nitel çalışması, kabul edilebilir kur ve ödemeler dengesi politikalarının başarılı ekonomik entegrasyon açısından önemini vurgular. İşletme açısından kur riski yalnızca finans piyasası kaynaklı bir dalgalanma değildir; ticaret rejimi, kota yapısı ve ekonomik entegrasyon politikalarıyla iç içe geçmektedir. KOBİ'lerin ihracat kapasitesi, sadece ürün kalitesine değil; öngörülebilir bir kur-politika ortamına da bağlıdır. KOBİ'ler için kur oynaklığı çoğu zaman büyük firmalara göre daha ağır bir risk taşır; çünkü bu işletmelerin finansal korunma araçlarına erişimi, profesyonel risk yönetimi kapasitesi ve fiyat pazarlığı gücü sınırlı olabilir.

Saygılı'ya göre (2019), çalışmada ticari faaliyetin kapsamı, dış ticaret politikası ve girişimcilik kavramları temelinde bir değerlendirme yapılmış, dış ticaret girişimciliği literatürü eleştirel bir şekilde ele alınarak uluslararası girişimcilikten farklılaştığı yönleri değinilmiştir. Nitel araştırma tasarımlarından tekli örnek olay çalışması olarak tasarlanan araştırmanın örneklemini, en az 5 yıldır dış ticaret yapan ve üretici/imalatçı olarak endüstride yer alan dış ticaret girişimcileri oluşturmaktadır. Bulgular, bireyin benimsediği dış ticaret politikasının ticari faaliyetinin, ticari faaliyetin yapısının da girişimci faaliyetin temelini oluşturduğunu; ekonomik milliyetçiliğin dış ticaret girişimciliğine, ticari milliyetçiliğin ise uluslararası girişimciliğe temel oluşturduğunu göstermiştir.

Taştekin'e göre (2021), Mart-Nisan 2020 döneminde yayılan Covid-19 pandemisi, iş yaşamında orta ve uzun vadeli olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Tüketici talebinin düşmesiyle tekstil sanayii üretim kapasitesini azaltmış, bazı işletmeler yarı zamanlı üretime geçerken bazıları üretimi durdurmuş, sınırlı bir kesim ise maske, tulum ve bone üretimine yönelmiştir. Bulgulara göre sağlanan destekler yetersiz kalmış, kamu kurumlarından beklentiler artmış, ihracatta düşüş yaşanmış ve tedarik sorunları çeşitlenmiştir.

Çetin ve diğerlerine göre (2021), ihracat ülkelerin ekonomik büyümesinde en önemli araçlardan biri olup, büyük işletmeler kurumsal yapıları sayesinde ihracat süreçlerini kolaylıkla yürütürken KOBİ'ler bu süreçte çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Bartın ilinde faaliyet gösteren 10 işletme ve 4 kamu kurumuyla yarı yapılandırılmış mülakat tekniğini kullanarak gerçekleştirdiği çalışmasında, KOBİ'lerin iç ihracat engellerini insan kaynağı yetersizliği, pazar araştırması eksikliği ve yüksek lojistik maliyetleri; dış ihracat engellerini ise döviz dalgalanmaları ve Bartın'ın konumu olarak tespit etmiştir.

Yılmaz'a göre (2023), dış ticaret girişimciliği ve uluslararası girişimcilik kavramlarının farkı, tarihsel inşâ süreçleri bağlamında incelenmektedir. Farklı uluslararasılaşma düzeylerine sahip Britanya ve Osmanlı İmparatorlukları içerik analizi yöntemiyle karşılaştırılmış; din, kültür, ekonomi, devlet yönetimi, hukuk, bilim, askerî yapı, coğrafya ve toplumsal yapı olmak üzere 9 tema belirlenmiştir. Britanya için bilim, ekonomi ve devlet yönetiminin; Osmanlı için ise askerî yapı, coğrafya ve devlet yönetiminin öne çıktığı görülmüş; Britanya'daki sürecin "uluslararası girişimcilik", Osmanlı'daki sürecin ise "dış ticaret girişimciliği" kavramının temellerini oluşturduğu ortaya konmuştur.

Sağlam ve Baran'a göre (2025), tekstil sektörünün bugünü ve geleceğine ilişkin değerlendirmesi rekabet gücü literatürüne güncel bir pencere açar. Döviz kuru dalgalanmalarının, yüksek işletme maliyetlerinden sonra sektörün en önemli sorunlarından biri olarak öne çıkması, rekabet gücü tartışmasının artık yalnızca üretim kapasitesi veya pazar erişimi değil, aynı zamanda maliyet belirsizliği ve finansal yönetim üzerinden ilerlediğini göstermektedir. İşletmelerin kur riskine karşı fiyat güncelleme ve hedging benzeri araçlara yönelmesi de bunun işaretidir.

Eken ve Yazıcı'ya göre (2025), AB'ye yönelik imalat sanayi sektörleri için yurt dışı ve yurt içi üretici fiyat endeksleri (YDÜFE, YİÜFE) kullanılarak reel kur endeksleri hesaplanmakta ve bunlar ihracat rekabet gücü göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Bulgulara göre imalat sanayi genelinde ve motorlu kara taşıtlarında maliyet değişimleri fiyatlara dengeli yansırken, hazır giyim sektöründe bu geçişkenlik zayıf ve asimetriktir: maliyet artışlarının fiyata anlamlı bir etkisi görülmezken, maliyet düşüşleri yalnızca yüzde 0,11 oranında yansımaktadır. Bu durum, kur avantajının hazır giyimde otomatik bir rekabet üstünlüğü yaratmadığını göstermektedir.

Sağlam ve Baran'a göre (2025), tekstil sektörünün mevcut durumu ve geleceğine ilişkin değerlendirmesi, literatürün bugüne uzanan boyutunu göstermesi açısından özel önem taşır. Döviz kuru dalgalanmalarının, yüksek işletme maliyetlerinden sonra sektörün en çok dile getirilen ikinci sorunu olması, kur meselesinin yıllar içinde ortadan kalkmadığını; aksine yeni maliyet rejimleri içinde daha kritik hâle geldiğini düşündürür.

Bu literatür incelemesi tekstil ve hazır giyim sektöründe asıl mesele döviz kurunun yüksek ya da düşük olması değil, kur hareketlerinin hangi maliyet yapısı, hangi korunma kapasitesi, hangi bölgesel üretim ekosistemi ve hangi küresel kriz koşulu içinde yaşandığıdır. Sektörün geleceği, salt kur avantajı beklemekten çok; kur belirsizliğini yönetecek kurumsal ve stratejik kapasiteyi geliştirmesine bağlı görünmektedir.

SONUÇ

Türkiye tekstil sektörü, tarihsel kökleri Osmanlı dönemine kadar uzanan, Cumhuriyet'in planlı sanayileşme hamleleriyle kurumsallaşan ve 1980 sonrası ihracat odaklı dönüşümle küresel pazarlara entegre olan dinamik bir yapıya sahiptir. Bu uzun tarihsel süreç, sektörün

yalnızca ekonomik bir faaliyet alanı olmadığını; aynı zamanda Türkiye'nin sanayileşme, dışa açılma ve ekonomik modernleşme serüveninin en somut göstergelerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Günümüzde ulaştığı üretim kapasitesi, ihracat hacmi ve yaklaşık 1,2 milyon kişilik istihdam gücüyle tekstil sektörü, Türkiye ekonomisinin hem makroekonomik dengeleri hem de toplumsal yapısı açısından stratejik bir konumda yer almaktadır.

Analiz bulguları, sektörün ihracat yapısında geleneksel Avrupa ve ABD pazarlarının hâlâ belirleyici olduğunu, ancak bu pazarlarda büyümenin sınırlanmasıyla birlikte yakın coğrafya ve alternatif pazarlara yönelim stratejisinin giderek güç kazandığını göstermektedir. Irak, Mısır ve Suudi Arabistan gibi ülkelerde gözlenen yüksek artış oranları, Türkiye'nin coğrafi çeşitlendirme stratejisinin somut çıktıları olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte Avrupa Birliği'nin toplam ihracat içindeki yüksek payı, sektörün bu pazara olan yapısal bağımlılığının devam ettiğini ve özellikle çevresel düzenlemeler gibi dışsal faktörlere karşı kırılganlık taşıdığını ortaya koymaktadır. İthalat tarafında ise Avrupa ve Asya merkezli tedarik yapısı, özellikle hammadde ve ara mal bağımlılığı üzerinden sektörün dış şoklara açık bir yapı sergilediğini göstermektedir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle çalışma büyük ölçüde nitel analiz yaklaşımına dayandığından, sektörün ekonomik dinamikleri ekonometrik veya firma düzeyinde nicel modeller aracılığıyla test edilmemiştir. Ayrıca çalışma ağırlıklı olarak ikincil veri kaynakları, resmi istatistikler ve literatür taraması üzerinden yürütülmüş; saha araştırması, firma görüşmeleri veya anket uygulamaları kapsam dışında bırakılmıştır. Bunun yanında tekstil sektörünün alt dalları (iplik, teknik tekstil, hazır giyim, ev tekstili vb.) ayrı ayrı analiz edilmemiş; sektör daha bütüncül bir çerçevede değerlendirilmiştir.

Teknolojik dönüşüm ve dijitalleşme, sektörün geleceğini belirleyen en kritik dinamikler arasında yer almaktadır. Endüstri 4.0 uygulamaları, otomasyon sistemleri, veri odaklı üretim süreçleri ve Ar-Ge faaliyetlerindeki artış, Türkiye tekstil sektörünün yalnızca maliyet rekabetine dayalı bir yapıdan çıkarak kalite, hız ve inovasyon eksenli bir rekabet modeline yöneldiğini göstermektedir. Bu dönüşüm, aynı zamanda sürdürülebilir üretim teknolojilerinin yaygınlaşmasını da beraberinde getirmekte; su ve enerji verimliliği sağlayan sistemler, geri dönüştürülebilir hammaddeler ve çevre dostu üretim teknikleri, sektörün küresel standartlara uyum kapasitesini artırmaktadır.

Bununla birlikte sektör, yüksek enerji maliyetleri, kur dalgalanmaları, hammadde bağımlılığı ve çevresel düzenlemeler gibi yapısal sorunlarla karşı karşıyadır. Özellikle Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı çerçevesinde artan sürdürülebilirlik baskısı, kısa vadede maliyet artırıcı bir unsur olarak ortaya çıksa da uzun vadede rekabet gücünü yeniden tanımlayan bir fırsat alanı sunmaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme yalnızca bir uyum süreci değil, aynı zamanda sektörün küresel değer zincirindeki konumunu yükseltecek stratejik araçlar olarak değerlendirilmelidir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye tekstil sektörü güçlü üretim ve ihracat kapasitesiyle ekonomik büyümeye önemli katkı sağlarken, aynı zamanda değişen küresel koşullara uyum sağlayabilme yeteneği sayesinde dinamik bir dönüşüm süreci içerisinde. Gelecek dönemde sektörün rekabet gücünü sürdürebilmesi; pazar çeşitlendirmesinin derinleştirilmesine, yüksek katma değerli üretime yönelmesine, teknolojik yatırımların artırılmasına ve sürdürülebilir üretim standartlarının etkin biçimde uygulanmasına bağlı olacaktır. Bu doğrultuda tekstil sektörü, Türkiye ekonomisinin yalnızca mevcut güçlü alanlarından biri değil, aynı zamanda gelecekteki yapısal dönüşümünün de taşıyıcı sütunlarından biri olma potansiyelini korumaktadır.

Gelecek araştırmalarda özellikle firma düzeyinde mikro veri setleri kullanılarak döviz kuru oynaklığı, enerji maliyetleri, sürdürülebilirlik yatırımları ve dijitalleşmenin ihracat performansı üzerindeki etkileri ekonometrik yöntemlerle analiz edilebilir. Ayrıca teknik tekstil, sürdürülebilir üretim teknolojileri ve yeşil dönüşüm süreçleri üzerine sektör bazlı karşılaştırmalı çalışmalar yapılması literatüre önemli katkılar sağlayabilir. Bunun yanında Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatının Türk tekstil sektörünün rekabet gücü üzerindeki uzun dönemli etkileri henüz yeterince incelenmemiştir. Bu nedenle gelecekte yapılacak çalışmaların karbon düzenlemeleri, sürdürülebilir üretim maliyetleri ve dijital dönüşüm süreçlerinin sektörel rekabet gücüne etkisine odaklanması, literatürdeki önemli bir boşluğun doldurulmasına katkı sunabilir.

EXTENDED ABSTRACT

The Turkish textile sector dates to the Ottoman period; it became institutionalized through state-supported industrialization policies during the Republican era and remains one of the most strategic sectors of the Turkish economy today. According to data from the Turkish Statistical Institute, the textile and ready-to-wear sector ranks among the core components of the national economy because of its significant share of manufacturing output, employment, and exports. With a direct and indirect employment capacity exceeding 1 million, the sector holds a strategic position both economically and socially. According to data from the Turkish Exporters' Assembly, the sector ranks among the groups with the highest share of Turkey's total exports and plays a decisive role, particularly in exports to the European Union market. As of 2023, the sector employs approximately 1.2 million people, accounting for 10.2% of total exports with export revenues of \$12.9 billion and has a total export volume of \$32 billion. This study examines Turkey's textile sector through a qualitative framework centered on historical development, economic importance, and technological transformation. In this context, the study examines the sector's development from the Ottoman period to the present, the industrialization policies of the early Republican era, the export-oriented transformation after 1980, and the dynamics of digitalization, sustainability, and market diversification that have gained momentum since the 2000s.

Trade data for 2021–2025 shows that, despite saturation in traditional markets, the sector has expanded dynamically in alternative and neighboring markets. In exports, the United States, Germany, and Italy stand out as traditional markets with the highest shares, though growth rates in these countries generally remain low. In contrast, while market shares in countries such as Iraq, Saudi Arabia, and Egypt are low, high growth rates are observed, indicating a dynamic trend toward diversification into neighboring markets. According to 2025 data, the U.S. is the largest market with a 12.8% share, followed by Germany (7.5%), Italy (6.6%), and the United Kingdom (4.9%). By continent, Europe holds the highest share at 45.8%, while the Americas account for 12.8%, Africa 6.8%, and Asia just 4.1%. EU countries account for more than 40% of total Turkish textile exports. In imports, Italy (8.7%) and Egypt (8.3%) hold the highest shares, while China dominates raw material supply; Europe also accounts for the largest share of imports at 22.9%. In terms of per capita exports, Belarus (\$54.46) and Bulgaria (\$52.95) stand out significantly from other countries.

The sector's strategic nature can be evaluated across three dimensions: economic scale, social impact, and international competitiveness. Employment at this scale also affects household incomes, regional lifestyles, and urbanization. As a foreign exchange earner, the sector plays a significant role in managing current account deficit pressures and maintaining the trade balance. While Germany, Spain, and the United Kingdom are among Turkey's largest markets, this dependence amplifies regulatory risks.

The sector also faces several structural challenges. Because of its energy-intensive production structure, rising electricity and natural gas prices are driving up costs. The sector's reliance on imports for inputs such as cotton and synthetic fibers makes exchange rate fluctuations a serious risk. The sector, which has significant environmental impacts due to high water consumption and chemical use, faces new compliance costs from regulations under the European Union's Green Deal. In terms of technological transformation, the industry has integrated automation, artificial intelligence, and big data analytics into the production chain through the industry 4.0 approach. Automation systems have increased efficiency in yarn and weaving processes, while robotic cutting systems have reduced error rates. Major manufacturers such as Kordsa, Yeşim Tekstil, and Sanko Holding serve as leading examples in

this field. The widespread adoption of ERP and MES software has enabled better synchronization between the supply chain and production decisions. The growth of R&D centers and government incentives has boosted innovation capacity; waterproof fabrics made with nanotechnology and recycled polyester yarn are concrete examples of this. Thanks to cluster projects and university-industry partnerships, the R&D culture now extends to SMEs as well. In terms of sustainable production technologies, digital printing reduces water consumption, smart dyeing systems prevent resource waste, and heat recovery systems increase energy efficiency. The fact that many companies are pursuing “green factory” certifications and ISO 14001 standards demonstrates that sustainability has become central to the sector. This transformation process is creating qualitative shifts in the employment structure; the need for a workforce specialized in areas such as data analysis and automation management is increasing.

In terms of market diversification, the European Union remains the largest market; in 2023, exports to the EU totaled 6.8 billion euros, and Turkey accounted for 12% of the EU’s total textile imports. The U.S. remained strategically important, with \$1.5 billion in imports in 2023; Turkey’s market share expanded after the additional tariffs the U.S. imposed on China in 2018. Exports to the Middle East totaled \$2.4 billion, with Saudi Arabia, the UAE, and Egypt standing out. In Asia, while the low-cost production advantage of China and India has intensified competition, exports to China totaled \$430 million, indicating the sector has secured a limited yet meaningful foothold.

Historically, during the Ottoman period, Bursa, Denizli, and Adana served as major production centers, and fabrics from Rize won awards at the 1855 Paris World’s Fair, demonstrating the sector’s international visibility. In the early years of the Republic, factories established in Bakırköy, Nazilli, and Kayseri under the 1933 Sümerbank Law became symbols of modern industrial culture. The liberalization that began with the January 24 decisions after 1980 shifted the sector toward an export-oriented growth model; the share of textile exports rose to 25% in 1985 and to 35% in the mid-1990s. The Customs Union’s entry into force in 1995 facilitated access to the European market. After 2000, the World Trade Organization’s elimination of quota restrictions placed Turkey in direct competition with China and India; during this process, quality, design, and sustainability emerged as key factors. The strategic importance of medical textile production during the COVID-19 pandemic demonstrated the sector’s capacity to reposition rapidly in times of crisis. As a result, while the Turkish textile sector contributes significantly to economic growth through its strong production and export capacity, it is also undergoing a dynamic transformation as it adapts to changing global conditions. Despite a slowdown in growth in traditional markets, the shift toward neighboring markets is gaining momentum; however, structural dependence on the European Union and vulnerabilities stemming from energy, raw materials, and environmental regulations persist. The sector’s future competitiveness appears to depend on deeper market diversification, a shift toward high-value-added production, increased technological investment, and effective implementation of sustainable production standards.

KAYNAKÇA

- Akgöl, G. (2016). *Tarife ve kotaların uluslararası ticaret yapan KOBİ'lere etkisi: Bir çalışma konusu: Türk tekstil KOBİ'leri*. İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atan, Y. G. (2026). Enerji fiyat artışlarının sanayi üretimine etkisi. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 35–51. doi.org/10.5281/zenodo.20694376
- Bal, H. Ç., & Çavdar, S. S. (2023). Endüstri 4.0 teknolojilerinin ve değişen emek piyasalarının iktisadi kalkınmaya etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi*, 10(99), 2484–2495. doi.org/10.5281/zenodo.8408862
- Bashimov, G. (2017). Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücü: ASEAN-5 ülkeleri ile karşılaştırmalı analiz. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 1–15. doi.org/10.30803/adusobed.297810
- Beder, B. (2024). Sınırdaki karbon düzenlemesinin Türkiye ana metaller sektörünün rekabetçiliği üzerindeki etkisi: Türkiye-AB ülkeleri kapsamında analiz. *Akademik Hassasiyetler*, 11(25), 212-236.
- Bulut, G. N. (2023). *Türkiye'de tekstil sanayine tarihsel bir bakış*. Türkiye İktisat Kongresi Bildiriler Kitabı (1535-1566), Türk Tarih Kurumu.
- Busnaina, I. (2014). Fashion marketing in Arab World: brand identity vs. adaptation. *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, 9(1), 1–20.
- Can, Ö., & Ayvaz, K. M. (2017). Tekstil ve modada sürdürülebilirlik. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3), 110–119. https://izlik.org/JA38YJ67HF
- Çelikkol, H. (1999). *Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nde Döviz Kuru Riskinden Korunma Teknikleri*. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetin, S., Genç, E., Köse, M. S., & Karlı, H. (2021). KOBİ'lerin ihracat engelleri: Bartın ili örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 207–231.
- Eken, A. A., & Yazıcı D. (2025). Sektörel reel kurlar ve ihracatın rekabet gücü. *Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 25-46. 25–46.
- Engin, B. (2007). 1994-2004 döneminde döviz kuru volatilitésinin Türk tekstil ve konfeksiyon ihracatı ve karlılığı üzerindeki etkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 53-64. 53–64.
- Eraslan, İ. H., Bakan, İ., & Helvacıoğlu Kuyucu, A. D. (2008). Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyinin analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 265-300.
- Eraslan, İ. H., Karataş, A., & Kaya, H. (2007). Türk plastik sektörünün rekabetçilik analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 203-219.
- Erbek, Ç., & Ercan, F. (2025). Textile sector in Türkiye after 2000 in the context of structural tendencies of capital accumulation. *Çalışma ve Toplum*, 3(86), 1083–1110. doi.org/10.54752/ct.1638152
- Esmer, Y., Özbek, A., & Alan, M. A. (2019). Tekstil işletmelerinde inovasyon uygulamalarına yönelik bir araştırma: İstanbul Sanayi Odası örneği. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 129–144. doi.org/10.31006/gipad.631979
- Evşile, M. (2018). Cumhuriyet döneminde sanayileşme faaliyetleri (1923-1950). *History Studies*, 10(8), 109-119.

- Fajgelbaum, P., Goldberg, P. K., Kennedy, P. J., Khandelwal, A., & Taglioni, D. (2021). *The US-China trade war and global reallocations* (NBER Working Paper No. 29562). National Bureau of Economic Research. doi.org/10.3386/w29562
- Girgin, A.B., & Ulcay, Y. (2024). Türk tekstil ve hazır giyim sektörü inovasyon sisteminin güncel durumu. *Journal of Innovative Engineering and Natural Science*, 4(1), 38–58. doi.org/10.61112/jiens.1356199
- Günay, H. (2025). Avrupa yeşil mutabakatı bağlamında türkiye hazır giyim sektörünün dönüşüm stratejileri ve finansman zorlukları. *Yekarum e-Dergi*, 10(2), 103-138. doi.org/10.71208/yekarum.1757851
- Kılıç, E. (2013). *Döviz Kuru ve Sektörel Reel Döviz Kuru Volatilitesinin Dış Ticaret Hacmi Üzerine Etkileri*. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçak, A., & Yıldız, A. (2022). Using digital twin technology in production planning and control process: An application in textile industry. *GU Journal of Science Part C: Design and Technology*, 10(4), 711–732. doi.org/10.29109/gujsc.1170021
- Kordsa Teknik Tekstil A.Ş. (2023). *2023 yılı 9 aylık faaliyet raporu*. https://yatirimciiliskileri.kordsa.com/kordsayat/cdn/uploads/000007232_2023-yili-9-aylik-yk-faaliyet-raporu-3-kasim-2023.pdf
- Korhan, S., & Çınar, Y. (2024). Arap Baharı sonrası Türkiye-Suudi Arabistan ilişkilerinin kaygan zeminde değişen dinamikleri: Ayrışan/Benzeşen faktörler. *Tesam Akademi Dergisi*, 11(2), 761-791. doi.org/10.30626/tesamakademi.1332804
- Kurt, Ü., & Yavuz, M. (2013). Üniversite-sanayi iş birliği: Dünü, bugünü, geleceği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 50-57.
- Men, Ö. (2025, 24 Eylül). Global bir deve dönüştü. Para Dergi. <https://www.paradergi.com.tr/is-dunyasi-kulis/2025/09/25/global-bir-deve-donustu>
- OECD. (2023). OECD Economic Surveys: Türkiye 2023. OECD Publishing.
- Olgun, B. A., & Turan, F. K. (2022). Tekstil sektöründe dijital dönüşüm ve tekstil firmalarının Endüstri 4.0 kavramsal farkındalık düzeyini belirlemeye yönelik bir çalışma. *Tekstil ve Mühendis*, 29(125), 28-40.
- Onur, M., & Er, Ö. (2022). Ar-Ge merkezleri ve TURQUALITY programı destekleri odağında Türk imalat sanayisinin inovasyon ve ihracat performansında teşviklerin etkinliği üzerine bir inceleme. *Efil Journal of Economic Research*, 5(4), 86–130. <https://efiljournal.com/wp-content/uploads/2023/08/Onur-ve-Er-2022.pdf>
- Özmen, E. (2014). Reel döviz kuru ve Türkiye dış ticaret dinamikleri. *Economic Research Center Working Papers in Economics*, 14(12), 1-138.
- Pamuk, Ş. (2014). *Türkiye'nin 200 yıllık iktisadi tarihi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür.
- Pham, T.-T., & Nguyen, T.-D. (2026). Sustainable development of the global dyeing industry in the future. *HPU2 Journal of Sciences: Natural Sciences and Technology*, 5(1), 56–64. <https://sj.hpu2.edu.vn/index.php/journal/article/view/596/210>
- Sağlam, M. E., & Baran, Ş. (2025). Tekstil sektörünün geleceği: Mevcut durum değerlendirmesi ve gelecek öngörüler. Teknik Rapor. *Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği (MÜSİAD)*
- Şahin, D. (2016). Tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücü: Türkiye, Çin, Hindistan ve Pakistan örneği. *Kesit Akademi Dergisi*, 2(3), 71-84.

- Şahin, S., & Bozkurt, Ö. (2024). Endüstri 4.0'ın insan kaynakları yönetimine etkisi: Tekstil sektöründe bir araştırma. *Business Economics and Management Research Journal*, 7(3), 157–172. doi.org/10.58308/bemarej.1529955
- Saygılı, M. (2019). *Ekonomik milliyetçilik temelinde dış ticaret girişimciliği: nitel bir araştırma*. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saykal, B. (2025). Türkiye tekstil sektörü: mevcut durum, riskler, fırsatlar ve sürdürülebilirlik perspektifiyle stratejik bir değerlendirme. Teolupus. <https://teolupus.com/tekstil-strategy/>
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Business.
- Sel, D. (2009). *Ticari bankalarda sorunlu kredilerin nitel ve nicel veriler ile belirlenmesi*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Solakoglu, M. N., Solakoglu, E. G., & Demirağ, T. (2008). Exchange rate volatility and exports: A firm-level analysis. *Applied Economics*, 40(7), 921–929. doi.org/10.1080/00036840600749888
- Sulak, A. G. H., & Sarı, D. Y. (2007). Küreselleşme sürecinde Denizli imalat sanayi işletmelerinin verimlilik düzeyi ve rekabet gücüne yönelik bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12(2), 299–318.
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2020). *Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri sektörleri raporu*. <https://www.sanayi.gov.tr/assets/pdf/plan-program/TekstilHazirgiyimveDeriUr unleri SektorleriRaporu2020.pdf>
- Taştekin, A. (2021). İstanbul'da hazır giyim ihracatına yönelik üretim yapan işletmelerin covid-19 pandemisi nedeniyle ortaya çıkan üretim ve tedarik sorunlarının incelenmesi. *International Journal of Social Sciences*, 5(23), 116-138. doi.org/0.52096/usbd.5.23.5.7
- TekstilBilgi.net. (2017, 9 Mayıs). Osmanlı döneminde tekstil. <https://tekstilbilgi.net/osmanlida-tekstil-fabrikalari>
- TİM. (2022). İhracat 2022 raporu. https://tim.org.tr/files/downloads/Strateji_Raporlari/T%C4%B0M_I%CC%87hracat_Raporu_2022.pdf
- TÜBİTAK. (t.y.). EUREKA. <https://tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/uluslararası/eureka>
- Türkiye İhracatçıları Meclisi. (2023). *İhracat 2023 raporu*. https://tim.org.tr/files/downloads/Strateji_Raporlari/TİM_İhracat_2023_Raporu.pdf
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). Türkiye İstatistik Kurumu. <https://www.tuik.gov.tr/>
- UNIDO. (2021). *Industrial Development Report 2022*. The Future of Industrialization in a Post-Pandemic World. Vienna.
- Uyanık, S., & Oğulata, R. T. (2013). Türk tekstil ve hazır giyim sanayiinin mevcut durumu ve gelişimi. *Tekstil ve Mühendis*, 20(92), 59-78. doi.org/10.7216/130075992013209206
- World Bank. (2022). *Turkey Economic Monitor* (Working Paper). doi.org/10.1596/37035
- World Trade Organization. (2015). International trade statistics 2015. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2015_e/its2015_e.pdf
- Yılmaz, M. İ. (2023). *Dış Ticaret Girişimciliği Belirleyicilerinin Tarihsel Kodları*. Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü.
- Yılmaz, S. (2006). *Türkiye'de Tekstil Sanayisinin 1980–2000 Yılları Arasındaki Durumu ve Mekânsal Dağılımı*. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.