



TEKSTİL-DERİ-HAZIR GİYİM

ÇALIŞMA GRUBU RAPORU

ANKARA 2018



**T.C.
KALKINMA BAKANLIĞI**

**ON BİRİNCİ KALKINMA PLANI
(2019-2023)**

TEKSTİL-DERİ HAZIR GİYİM

ÇALIŞMA GRUBU RAPORU

ANKARA 2018

YAYIN NO: KB: 2998 - ÖİK: 779

Bu çalışma Kalkınma Bakanlığının görüşlerini yansıtmaz.
Yayın ve referans olarak kullanılması Kalkınma Bakanlığının
iznini gerektirmez.

Bu yayın 500 adet basılmıştır.

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ	iii
KISALTMALAR	x
KOMİSYON ÜYELERİ	xii
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	xv
1. GİRİŞ	1
2. MEVCUT DURUM ANALİZİ	2
2.1. Dünyada (Benzer Ülke ve Uluslararası Kuruluşlarda) Genel Durum	2
2.1.1. Sektörel Güncel Durum ve Temel Göstergeler	2
2.1.2. Sektörlerin Dış Ticaretinde Gelişmeler	6
2.1.3. Sektörlerin Ülke Ekonomisi ve Dünya Ticaretindeki Yeri	85
2.1.4. Dünyadaki Gelişme Eğilimleri.....	131
2.1.5. Uluslararası Standartlar	138
2.1.6. Başarılı Ülke Uygulamaları.....	139
2.1.7. Uluslararası Yükümlülükler	160
2.2. Türkiye’de Genel Durum	161
2.2.1. Onuncu Kalkınma Planı Değerlendirilmesi.....	161
2.2.2. Hedeflere Ulaşılmasının Önündeki Başlıca Sorunlar.....	162
2.2.3. Uluslararası Mukayeseli Olarak Türkiye için Temel Göstergeler ve Uluslararası Konum.....	169
2.3. İlişkili Temel Alanlardaki Gelişmelerin Rapor Konusu Alana Yansıması	183
2.4. Türkiye’deki Dinamikler ve Dünyadaki Eğilimlerin Muhtemel Yansımaları.....	187
3. PLAN DÖNEMİ PERSPEKTİFİ	189
3.1. Uzun Vadeli Hedefler (15 Yıllık Perspektif, Vizyon vb.).....	189
3.2. On Birinci Kalkınma Planı (2023 Yılı) Hedefleri	192
3.3. Hedeflere Dönük Temel Amaç ve Politikalar	194
3.4. Temel Amaç ve Politikalara Dönük Uygulama Stratejileri ve Tedbirler	199

3.4.1. Mevzuat Alanında Yapılması Gereken Düzenlemeler	199
3.4.2. Kurumsal Yapıyı İyileştirmeye Yönelik Düzenlemeler	206
3.4.3. İnsan Kaynakları Alanında Yapılması Gerekenler.....	211
3.4.4. Altyapıyı İyileştirmeye Yönelik Yapılması Gerekenler.....	218
3.4.5. Halkla İlişkiler Alanında Yapılması Gerekenler	226
3.4.6. Diğer Konular.....	233
3.4.7. Önemli Projeler	235
3.5. Plan Hedef, Amaç ve Politikalarının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleriyle İlişkisi ve Uyum.....	237
3.6. Plan Hedeflerini Gerçekleştirmek için Yapılması Önerilen Araştırmalar.....	240
4. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME	267
4.1. Sektörün/Tematik Konunun Ülkemizin Gelişmesine Katkısının Değerlendirmesi	267
KAYNAKÇA	268

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Hazırgiyim, Tekstil ile Deri Sanayileri 2015 yılı Temel Göstergeleri	3
Tablo 2: Hazırgiyim, Tekstil ve Deri Sanayileri Üretim Endeksi	3
Tablo 3: Hazırgiyim, Tekstil ve Deri Sanayileri Üretim Endeksi Değişimleri	3
Tablo 4: Hazırgiyim ve Tekstil Sanayileri Ortalama Kapasite Kullanım Oranları	4
Tablo 5: Hazırgiyim, Tekstil ve Deri Sanayileri İstihdam Yapısı	4
Tablo 6: Hazırgiyim, Tekstil ve Deri Sanayileri İstihdam Endeksi	5
Tablo 7: Çalışılan Saat Başına Üretim Endeksi	5
Tablo 8: Çalışılan Kişi Başına Üretim Endeksi.....	6
Tablo 9: Hazırgiyim, Tekstil ve Ayakkabı Sanayilerinin Hane Halkı Tüketimdeki Payı	6
Tablo 10: 2007-2017 Yılları Sektörel İhracat Rakamları	7
Tablo 11: Sektör Bazında Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Deri Mamülleri ile Halı Ürünleri İhracatı... 7	
Tablo 12: Sektör Bazında Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Deri Mamülleri ile Halı Ürünleri İhracatının Değişim Oranları	8
Tablo 13: 2007-2017 Yılları Sektörel İthalat Rakamları.....	8
Tablo 14: Sektör Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamülleri ve Halı İthalatı.....	9
Tablo 15: Sektör Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamülleri ile Halı Ürünleri İthalatının Değişim Oranları	9
Tablo 16: Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatı.....	10
Tablo 17: Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatının Değişim Oranları	10
Tablo 18: Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatı.....	11
Tablo 19: Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatının Değişim Oranları	11
Tablo 20: Ülke Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatı.....	12
Tablo 21: Ülke Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatının Değişim Oranları.....	13
Tablo 22: Ülke Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatı	13
Tablo 23: Ülke Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatının Değişim Oranları.....	14
Tablo 24: Ülke Bazında Örmeye Hazırgiyim İhracatı	15
Tablo 25: Ülke Bazında Örmeye Hazırgiyim İhracatı Değişimi.....	16
Tablo 26: Ülke Bazında Örmeye Hazırgiyim İthalatı	17
Tablo 27: Ülke Bazında Örmeye Hazırgiyim İthalatı Değişimi.....	18
Tablo 28: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İhracatı.....	19
Tablo 29: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İhracatı Değişimi	20
Tablo 30: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İthalatı	21
Tablo 31: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İthalatı Değişimi	21
Tablo 32: Ülke Bazında Hazır Eşya İhracatı.....	22
Tablo 33: Ülke Bazında Hazır Eşya İhracatı Değişimi	23
Tablo 34: Ülke Bazında Hazır Eşya İthalatı.....	23
Tablo 35: Ülke Bazında Hazır Eşya İthalatı Değişimi	24
Tablo 36: Alt Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim İhracatı	25

Tablo 37: Alt Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim İhracatı Değişimi.....	26
Tablo 38: Ülke Bazında Örme (Tişört, Triko vb.) Giyim İhracatı	26
Tablo 39: Ülke Bazında Örme (Tişört, Triko vb.) Giyim İhracatı Değişimi.....	27
Tablo 40: Ülke Bazında Kadın Giyim Ürünleri İhracatı	28
Tablo 41: Ülke Bazında Kadın Giyim Ürünleri İhracatı Değişimi	28
Tablo 42: Ülke Bazında Erkek Giyim Ürünleri İhracatı	29
Tablo 43: Ülke Bazında Erkek Giyim Ürünleri İhracatı Değişimi.....	30
Tablo 44: Ülke Bazında Denim Giyim Ürünleri İhracatı	30
Tablo 45: Ülke Bazında Denim Giyim Ürünleri İhracatı Değişimi	31
Tablo 46: Ülke Bazında Çorap İhracatı.....	32
Tablo 47: Ülke Bazında Çorap İhracatı Değişimi	32
Tablo 48: Ülke Bazında İç Giyim İhracatı	33
Tablo 49: Ülke Bazında İç Giyim İhracatı Değişimi.....	34
Tablo 50: Ülke Bazında Dış Giyim İhracatı.....	34
Tablo 51: Ülke Bazında Dış Giyim İhracatı Değişimi	35
Tablo 52: Ülke Bazında Bebek Giyim İhracatı	36
Tablo 53: Ülke Bazında Bebek Giyim İhracatı Değişimi	36
Tablo 54: Ülke Bazında Spor ve Yüzme Giyim İhracatı.....	37
Tablo 55: Ülke Bazında Spor ve Yüzme Giyim İhracatı Değişimi	38
Tablo 56: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatı.....	38
Tablo 57: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatının Değişim Oranları.....	39
Tablo 58: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı	39
Tablo 59: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatının Değişim Oranları.....	40
Tablo 60: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatı	41
Tablo 61: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatının Değişim Oranları.....	42
Tablo 62: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı	42
Tablo 63: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatının Değişim Oranları.....	43
Tablo 64: Ülke Bazında Elyaf İhracatı.....	44
Tablo 65: Ülke Bazında Elyaf İhracatı Değişimi	44
Tablo 66: Ülke Bazında Elyaf İthalatı.....	45
Tablo 67: Ülke Bazında Elyaf İthalatı Değişimi	46
Tablo 68: Ülke Bazında İplik İhracatı	47
Tablo 69: Ülke Bazında İplik İhracatı Değişimi	47
Tablo 70: Ülke Bazında İplik İthalatı.....	48
Tablo 71: Ülke Bazında İplik İthalatı Değişimi	49
Tablo 72: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İhracatı	49
Tablo 73: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İhracatı Değişimi.....	50
Tablo 74: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İthalatı	51
Tablo 75: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İthalatı Değişimi.....	51
Tablo 76: Ülke Bazında Örme Kumaş İhracatı	52
Tablo 77: Ülke Bazında Örme Kumaş İhracatı Değişimi	53
Tablo 78: Ülke Bazında Örme Kumaş İthalatı	53

Tablo 79: Ülke Bazında Örme Kumaş İthalatı Değişimi	54
Tablo 80: Ülke Bazında Teknik Tekstil İhracatı	55
Tablo 81: Ülke Bazında Teknik Tekstil İhracatı Değişim Oranları	55
Tablo 82: Ülke Bazında Teknik Tekstil İthalatı	56
Tablo 83: Ülke Bazında Teknik Tekstil İthalatı Değişim Oranları	56
Tablo 84: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İhracatı.....	57
Tablo 85: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İhracatı Değişim Oranları.....	58
Tablo 86: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İthalatı.....	58
Tablo 87: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İthalatı Değişim Oranları.....	59
Tablo 88: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İhracatı.....	59
Tablo 89: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İhracatı Değişimi	60
Tablo 90: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı.....	60
Tablo 91: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı Değişimi	61
Tablo 92: Ülke Bazında Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	61
Tablo 93: Ülke Bazında Deri ve Deri Mamulleri İhracatı Değişimi	62
Tablo 94: Ülke Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı.....	63
Tablo 95: Ülke Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı Değişimi.....	64
Tablo 96: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İhracatı	65
Tablo 97: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İhracatı Değişimi.....	65
Tablo 98: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İthalatı	66
Tablo 99: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İthalatı Değişimi.....	67
Tablo 100: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İhracatı	67
Tablo 101: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İhracatı Değişimi.....	68
Tablo 102: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İthalatı	69
Tablo 103: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İthalatı Değişimi.....	69
Tablo 104: Ülke Bazında Saraciye İhracatı.....	70
Tablo 105: Ülke Bazında Saraciye İhracatı Değişimi	71
Tablo 106: Ülke Bazında Saraciye İthalatı.....	71
Tablo 107: Ülke Bazında Saraciye İthalatı Değişimi	72
Tablo 108: Ülke Bazında Ayakkabı İhracatı	73
Tablo 109: Ülke Bazında Ayakkabı İhracatı Değişimi	73
Tablo 110: Ülke Bazında Ayakkabı İthalatı	74
Tablo 111: Ülke Bazında Ayakkabı İthalatı Değişimi	75
Tablo 112: Ürün Grupları Bazında Halı İhracatı.....	75
Tablo 113: Ürün Grupları Bazında Halı İhracatı Değişimi	76
Tablo 114: Ürün Grupları Bazında Halı İthalatı.....	76
Tablo 115: Ürün Grupları Bazında Halı İthalatı Değişimi	76
Tablo 116: Ülke Bazında Halı İhracatı.....	77
Tablo 117: Ülke Bazında Halı İhracatının Değişim Oranları.....	77
Tablo 118: Ülke Bazında Halı İthalatı.....	78
Tablo 119: Ülke Bazında Halı İthalatının Değişim Oranları.....	79
Tablo 120: Ülke Bazında El Halısı İhracatı	80

Tablo 121: Ülke Bazında El Halısı İhracatı Değişimi	81
Tablo 122: Ülke Bazında El Halısı İthalatı	81
Tablo 123: Ülke Bazında El Halısı İthalatı Değişimi.....	82
Tablo 124: Ülke Bazında Makine Halısı İhracatı.....	83
Tablo 125: Ülke Bazında Makine Halısı İhracatı Değişimi	83
Tablo 126: Ülke Bazında Makine Halısı İthalatı.....	84
Tablo 127: Ülke Bazında Makine Halısı İthalatı Değişimi.....	84
Tablo 128: Tablo: Dünya Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Gelişimi	86
Tablo 129: Dünya Genel İhracat ve Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Değişim Oranları.....	86
Tablo 130: Dünya Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İthalatının Gelişimi	87
Tablo 131: Dünya Genel İthalatı ve Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İthalatının Değişim Oranları.....	87
Tablo 132: Dünya Genel İhracatında ve Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatında Türkiye'nin Yeri.....	87
Tablo 133: Dünya ve Türkiye Genel İhracatının ve Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Değişim Oranları.....	88
Tablo 134: Dünya Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatında Sektörler Bazında Türkiye'nin Yeri.....	88
Tablo 135: Dünya ve Türkiye Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Sektörler Bazında Değişim Oranları	89
Tablo 136: Dünya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatında Türkiye'nin Yeri	90
Tablo 137: Dünya ve Türkiye Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatının Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları	90
Tablo 138: Dünya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatında ilk 10 Ülke	91
Tablo 139: Dünya Konfeksiyon İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye	91
Tablo 140: Dünya Örme Giyim İhracatında ilk 10 Ülke.....	92
Tablo 141: Dünya Örme Giyim İthalatında ilk 10 Ülke.....	92
Tablo 142: Dünya Dokuma Giyim İhracatında ilk 10 Ülke	93
Tablo 143: Dünya Dokuma Giyim İthalatında ilk 10 Ülke.....	93
Tablo 144: Dünya Hazır Eşya İhracatında ilk 10 Ülke	94
Tablo 145: Dünya Hazır Eşya İthalatında ilk 10 Ülke	94
Tablo 146: Dünya Tekstil Ürünleri İhracatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri.....	95
Tablo 147: Dünya ve Türkiye Tekstil Ürünleri İhracatının Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları	96
Tablo 148: Dünya Tekstil Ürünleri İhracatında ilk 10 Ülke	96
Tablo 149: Dünya Tekstil Ürünleri İthalatında ilk 10 Ülke	97
Tablo 150: Dünya Elyaf İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye	97
Tablo 151: Dünya Elyaf İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye.....	98
Tablo 152: Dünya İplik İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye	98
Tablo 153: Dünya İplik İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye	99
Tablo 154: Dünya Dokuma Kumaş İhracatında ilk 10 Ülke.....	99
Tablo 155: Dünya Dokuma Kumaş İthalatında ilk 10 Ülke.....	100

Tablo 156: Dünya Örme Kumaş İhracatında ilk 10 Ülke.....	100
Tablo 157: Dünya Örme Kumaş İthalatında ilk 10 Ülke	101
Tablo 158: Dünya Teknik Tekstil İhracatında Türkiye'nin Yeri	101
Tablo 159: Dünya ve Türkiye Teknik Tekstil İhracatının Değişim Oranları	102
Tablo 160: Dünya Teknik Tekstil İhracatında İlk 10 Ülke ve Türkiye	102
Tablo 161: Dünya Teknik Tekstil İthalatında Türkiye'nin Yeri	102
Tablo 162: Dünya ve Türkiye Teknik Tekstil İthalatının Değişim Oranları	103
Tablo 163: Dünya Teknik Tekstil İthalatında İlk 10 Ülke ve Türkiye.....	103
Tablo 164: Dünya Ev Tekstil İhracatında Türkiye'nin Yeri	104
Tablo 165: Dünya ve Türkiye Ev Tekstili İhracatının Değişim Oranları.....	104
Tablo 166: Dünya Ev Tekstili İhracatında İlk 10 Ülke ve Türkiye.....	104
Tablo 167: Dünya Ev Tekstil İthalatında Türkiye'nin Yeri	105
Tablo 168: Dünya ve Türkiye Ev Tekstili İthalatının Değişim Oranları.....	105
Tablo 169: Dünya Ev Tekstili İthalatında İlk 10 Ülke ve Türkiye.....	105
Tablo 170: Dünya Deri Ürünleri İhracatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri.....	106
Tablo 171: Dünya ve Türkiye Deri ve Deri Mamulleri İhracatının Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları.....	107
Tablo 172: Dünya Deri ve Deri Mamulleri İhracatında ilk 10 Ülke	107
Tablo 173: Dünya Deri ve Deri Mamulleri İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye.....	108
Tablo 174: Dünya Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İhracatında ilk 10 Ülke	108
Tablo 175: Dünya Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İthalatında ilk 10 Ülke.....	109
Tablo 176: Dünya Deri ve Kürk Giyim İhracatında ilk 10 Ülke.....	109
Tablo 177: Dünya Deri ve Kürk Giyim İthalatında ilk 10 Ülke.....	110
Tablo 178: Dünya Saraciyeye İhracatında ilk 10 Ülke	110
Tablo 179: Dünya Saraciyeye İthalatında ilk 10 Ülke	111
Tablo 180: Dünya Ayakkabı İhracatında ilk 10 Ülke	111
Tablo 181: Dünya Ayakkabı İthalatında ilk 10 Ülke	112
Tablo 182: Dünya Halı İhracatında Türkiye'nin Yeri.....	112
Tablo 183: Dünya ve Türkiye Halı İhracatının Değişim Oranları.....	113
Tablo 184: Dünya Halı İhracatında ilk 10 Ülke	113
Tablo 185: Dünya Halı İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye.....	114
Tablo 186: Dünya El Halısı İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye.....	114
Tablo 187: Dünya El Halısı İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye	115
Tablo 188: Dünya Makine Halısı İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye.....	115
Tablo 189: Dünya Makine Halısı İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye.....	116
Tablo 190: AB Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Türkiye'nin Yeri	117
Tablo 191: AB Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Değişim Oranları.....	118
Tablo 192: AB Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatında Türkiye'nin Yeri.....	118
Tablo 193: AB'nin Türkiye'den Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Ürünleri İthalatı Değişim Oranları	119
Tablo 194: AB Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında İlk 10 Ülke	119
Tablo 195: AB Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatında Türkiye'nin Yeri.....	120

Tablo 196: AB'nin Türkiye'den Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı Değişim Oranları.....	120
Tablo 197: AB Tekstil Ürünleri İthalatında İlk 10 Ülke	121
Tablo 198: ABD İthalatında Türkiye'nin Yeri.....	122
Tablo 199: ABD Genel İthalatında ve Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatında Değişim Oranları.....	122
Tablo 200: ABD Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında Türkiye'nin Yeri	123
Tablo 201: ABD'nin Türkiye'den Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Ürünleri İthalatında Değişim Oranları	123
Tablo 202: ABD Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında İlk 10 Ülke ve Türkiye	124
Tablo 203: ABD Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri.....	124
Tablo 204: ABD'nin Türkiye'den Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı Değişim Oranları.....	125
Tablo 205: ABD Tekstil Ürünleri İthalatında İlk 10 Ülke	125
Tablo 206: Rusya Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Türkiye'nin Yeri.....	126
Tablo 207: Rusya Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Değişim Oranları	126
Tablo 208: Rusya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri	127
Tablo 209: Rusya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları	127
Tablo 210: Rusya Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatında İlk 10 Ülke	128
Tablo 211: Rusya Tekstil İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri.....	129
Tablo 212: Rusya Tekstil İthalatında Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları	129
Tablo 213: Rusya Tekstil İthalatında İlk 10 Ülke	130
Tablo 214: Rusya Deri Sektörü İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri	130
Tablo 215: Rusya Deri Ürünleri İthalatında Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları.....	131
Tablo 216: Çin'in Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	141
Tablo 217: İtalya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	143
Tablo 218: Belçika'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	145
Tablo 219: Hindistan'ın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	147
Tablo 220: Pakistan'ın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	149
Tablo 221: Vietnam'ın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	151
Tablo 222: Bangladeş'in Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	153
Tablo 223: Kamboçya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	155
Tablo 224: Endonezya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	157

Tablo 225: Brezilya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları.....	159
Tablo 226: İhracatçı Açısında Asgari Ücretin Euro ve Dolar Karşısındaki Gelişimi	165
Tablo 227: Orta Doğu ve Avrupa Ülkeleri Asgari Ücret Seviyeleri	166
Tablo 228: Ekonomik Faaliyet ve Harcama Grubuna Göre Ticari Kesim AR-GE Harcaması - 2016	169
Tablo 229: Yıllar itibariyle Tekstil ve Hazırgiyim Sektörleri Yatırım Teşvik Belgeleri	170
Tablo 230: Yıllar itibariyle Deri Sektörü Yatırım Teşvik Belgeleri	170
Tablo 231: Alt Sektörler Bazında Yatırım Teşvik Belgeleri ve Yatırımlar.....	171
Tablo 232: Türkiye Tekstil, Konfeksiyon ve Deri Makineleri İthalatı.....	172
Tablo 233: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da İplik Makineleri Sevkiyatı – Kısa Elyaf İğ.....	173
Tablo 234: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da İplik Makineleri Sevkiyatı – Uzun Elyaf İğ.....	173
Tablo 235: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da İplik Makineleri Sevkiyatı – O-E Rotor	174
Tablo 236: Ülke ve Bölge Bazında İplik Makineleri Kapasitesi.....	174
Tablo 237: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da Dokuma Makineleri Sevkiyatı.....	175
Tablo 238: Ülke ve Bölge Bazında Dokuma Makineleri Kapasitesi.....	175
Tablo 239: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da Yuvarlak Örmek Makineleri Sevkiyatı.....	176
Tablo 240: Ülke ve Bölge Bazında Yuvarlak Örmek Makineleri Kapasitesi	176
Tablo 241: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da Düz Örmek Makineleri Sevkiyatı	177
Tablo 242: Ülke ve Bölge Bazında Düz Örmek Makineleri Kapasitesi.....	177
Tablo 243: Yıllar İtibariyle Türk Doğal Lifler (Pamuk) Görünümü	178
Tablo 244: Dünya'da ve Türkiye'de Pamuk Üretim ve Tüketim Tahminleri.....	179
Tablo 245: Yıllar İtibariyle Dünya ve Türkiye'de Pamuk Fiyatları.....	179
Tablo 246: Dünya Suni-Sentetik Lif Üretimi	180
Tablo 247: 2016 Yılı Sentetik Liflerin Ülkelere Göre Dağılımı	181
Tablo 248: Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Suni-Sentetik Üretimi	181
Tablo 249: Elyaf Çeşitlerine Göre Tekstil Elyafı Küresel Nihai Kullanım Talebi	182
Tablo 250: Kısa ve Uzun Vadede Sektörleri Etkilemesi Beklenen Trendler	188
Tablo 251: Dünya Sektörel İhracatının Gelişimine Yönelik 2023 Tahmini.....	192

KISALTMALAR

AB – Avrupa Birliği

ABD – Amerika Birleşik Devletleri

ACT – Action Collaboration Transformation

AR-GE – Araştırma Geliştirme

BSCI - The Business Social Compliance Initiative

BSTB-VGM – Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı – Verimlilik Genel Müdürlüğü

DİR – Dahilde İşleme Rejimi

DTÖ – Dünya Ticaret Örgütü

EAGÜ – En Az Gelişmiş Ülke

ETGB – Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi

GDO – Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar

GMO – Genetically Modified Organism

GTHB – Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

ICAC – International Cotton Advisory Committee

ITC – International Trade Center

ITMF – International Textile Manufacturers Federation

İHKİB – İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği

İTHİB – İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği

KDV – Katma Değer Vergisi

KGF – Kredi Garanti Fonu

KOBİ – Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KOSGEB - Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

KSS – Kurumsal Sosyal Sorumluluk

KSSD – Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development

OSB – Organize Sanayi Bölgesi

ÖTV – Özel Tüketim Vergisi

QIZ – Qualified Industrial Zones

SGK – Sosyal Güvenlik Kurumu

SLCP - Social and Labor Convergence Project

STA – Serbest Ticaret Anlaşması

STK – Sivil Toplum Kuruluşları

SUSEB – Suni ve Sentetik İplik Üreticileri Birliği

TCMB – Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

TGSD – Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği

TİM – Türkiye İhracatçılar Meclisi

TÜBİTAK – Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜİK – Türkiye İstatistik Kurumu

UNDP – United Nations Development Programme

ÜR-GE – Ürün Geliştirme

WRAP – Worldwide Responsible Accredited Production

KOMİSYON ÜYELERİ

BAŞKAN

Şeref FAYAT

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği

RAPORTÖR

Emine AÇILAN

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri

KOORDİNATÖRLER

Çağatay Emrah ÖNGÜT

Kalkınma Bakanlığı

Uğur GELİR

Kalkınma Bakanlığı

Mustafa ÖZÇÖREKÇİ

Kalkınma Bakanlığı

ÜYELER

Ahmet ÖKSÜZ

İTHİB

Ahmet Yavuz ÇEKİRGE

Türk Standartları Enstitüsü

Ali Osman KİLİTÇİOĞLU

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası

Banu YILMAZ AKYÜREK

Mersin Üniversitesi

Bora KOCAMAN

Adana Sanayi Odası

Cem Kubilay KABAN

İDMİB

Cemal AYDIN

Saraciye Sanayicileri Derneği

Çağrı ÖZTÜRK

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri

Emel ÖNDER KARAOĞLU

İstanbul Teknik Üniversitesi

Eray SANVER

Suni ve Sentetik İplik Üreticileri Birliği

Fatih CANPOLAT

MÜSİAD

Jale TUNÇEL

İHKİB

Mehmet Ali DİNÇ

İDMİB

Murat TOZAN

Deri Teknologları, Teknisyenleri ve Kimyacıları Derneği

Mustafa Cem ALTAN

İHKİB

Müge KOÇUM	Sanko Holding
Nadir YÜRÜKTÜMEN	Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
Nilgün ÖZDEMİR	İHKİB
Nilüfer ÖNEY	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Onur GÖRGÜN	Türkiye Deri Sanayicileri Derneği
Prof. Dr. Bahri BAŞARAN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Esen ÖZDOĞAN	Ege Üniversitesi
Ramazan KAYA	Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
Remzi ÖZBAY	Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği
Suat Selim KANDEMİR	Uşak Ticaret ve Sanayi Odası
Süleyman GÜRSOY	Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği
Toygar NARBAY	Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
Ülkem GENÇ YAMAN	Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
Vehbi CANPOLAT	İTHİB - İstanbul Sanayi Odası
Yeşim ERGÜN	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

YÖNETİCİ ÖZETİ

2019-2023 dönemine yönelik On Birinci Kalkınma Planı hazırlık çalışmaları kapsamında hazırlanan bu Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ile Halı Sektörleri Çalışma Grubu Raporu, iki açıdan önem kazanmaktadır.

Birincisi dünya ekonomisinde ve küresel ticaret sisteminde son dönemde sıklıkla hissedilen belirsizlik ortamı, daha önce hiç olmadığı kadar tehditler yaratırken, hedef ve çalışma programını doğru yapabilen sektörler için ise büyük fırsatlar yaratabilme kapasitesine sahiptir.

İkincisi ise ülkemizin 100'üncü kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında gerçekleştirilmesi planlanan hedefler için kalan bu beş yıllık dönemde yol haritasının daha net bir şekilde çizilerek somut verilerle başarı elde etmek sektörlerimizin başlıca önceliği haline gelmiştir.

Teknolojik gelişmeler ışığında küresel üretim ve küresel ticaret hiç olmadığı kadar elektronik ortama ve dijitalleşmeye yönelmektedir. Alıcı yönlendirmeli bir tedarik zincirine sahip olan hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde önceki dönemde tüketici istekleri ve alıcıların tüketiciyi etkileme ve tatmin etme isteği tedarik zincirini belirleyen en önemli unsurdu.

Fakat teknolojinin ve dijitalleşmenin hayatımıza hızla girmesi sonucunda, bir taraftan alıcılar tedarik zincirinin tamamına tepeden hakim olmaya başlarken, yeni gelişmelerin yarattığı fırsatları değerlendiren sermaye ve marka sahibi üreticilerin e-ticaret ve doğru lojistik ve toptancılık altyapısıyla hızla oyunda rol almaya başladığı ve pazardaki paylarını arttırdığı görülmektedir.

Dolayısıyla önümüzdeki beş yıllık dönemde rekabetçiliği belirleyen kalite/fiyat performansı, sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk, lojistik, tasarım ve özgün olma, markalaşma ve doğru pazarlama ve bütün bunlara ilave olarak dijitalleşme ve fırsat yaratabilme kabiliyeti unsurlarının birlikte hareket ederek küresel pazardaki koşulları belirleyeceği ifade edilebilir.

Küresel ticarete önde gelen ihracatçı sektörler arasında yer alan hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörleri, kendi iç dinamiklerini doğru hareketlendirebilen ve küresel ticaret ile entegre bir şekilde etkili yönlendirebilen sektörler olarak gelecek dönemin rekabetçilik unsurlarını benimseyebilecek güçte ve yetkinliktedir.

Öte yandan, bu unsurlara uygun olarak küresel rekabetçiliklerini yeniden tanımlarken sektörlerin ihtiyaç duydukları alanlarda desteklenmesi, 2023 hedeflerinin yakalanmasında ve küresel ticaretteki mevcut konumun daha yukarılara taşınmasında hayati bir noktadadır.

Bu ihtiyaç alanlarının başında kuşkusuz dijitalleşme ve sanayi altyapısının dijital kabiliyetleri destekleyecek şekilde yeniden tasarlanması gelmektedir. Özellikle yatırım ve üretim altyapısının küresel gelişmelere cevap verecek şekilde yeni bir yaklaşımla dönüştürülmesi, sektörler için doğrudan ihracat artışına yol açabilecek niteliktedir.

Dolayısıyla Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ile Halı Sektörleri Çalışma Grubu Raporu'nun temel çıktısını hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin dijitalleşme ve teknolojik gelişmeleri benimseyerek küresel ticarete entegrasyonu konusunda ihtiyaç duyduğu desteklerin ifade edilmesi oluşturmaktadır.

Bu duruma ilave olarak, sektörlerin sürdürülebilir üretim, eğitim, geri dönüşüm ve çevrenin korunması, yeni pazarlama yaklaşımları ve lojistik altyapısı, finansmana erişim, yatırım ve modernizasyon, kurumsallaşma, ürün tasarımı ve markalaşma gibi diğer yan alanlarda ihtiyaç duyduğu ulusal politikaların ve desteklerin, dijitalleşme sürecini tamamlayacak ve destekleyecek şekilde tasarlanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak, emek yoğun sektörlerimizde teknolojinin ağırlık kazanmasıyla Pazar özelliği ile öne çıkan gelişmiş ülkelerin tekrar üretime geri dönmeleri önümüzdeki beş yıllık süreçte sektörlerimizi etkileyecek gelişmeler arasındadır.

Bu nedenle sektörlerimizde üretim gücü itibarıyla sayılı ülkeler arasında yer alan ülkemizin yeni rekabetçi yapısını koruyabilmesi için üretimi, yatırımı ve istihdamı destekleyecek spesifik politika ve uygulamalar ile yeni pazar yaratma kabiliyeti sağlayacak tanıtım ve pazarlama etkinliklerine ve yöntemlerine ihtiyaç bulunmaktadır.

Diğer taraftan, sektörlerin iç dinamiklerinin yanı sıra küresel çapta belirsizliğe yol açan Brexit, ticarete korumacılık politikalarının yaygınlaşması, bölgesel ve ikili serbest ticaret alanlarının yeniden şekillenmesi, ülke imajının ticarete etkisi ve Suriyeli göçmenlerin istihdamı gibi dışarıdan müdahale yaratabilecek dinamiklere yönelik destek

mekanizmalarının geliştirilmesi de önümüzdeki beş yıllık sürecin sektörler açısından verimli geçmesine katkıda bulunacaktır.

Katma değer, istihdam ve sermaye birikimi açısından ekonomimizin en önemli imalat sanayi kollarından olan hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin hem ulusal hem de küresel açıdan geleceğini garanti altına alacak mekanizmaların ulusal politikalara aktarılmasını teminen ihtiyaç duyulan tüm veriler, bulgular ve çıktılar bu Raporda detaylı bir şekilde aktarılmaktadır.

1. GİRİŞ

2019-2023 dönemine yönelik On Birinci Kalkınma Planı hazırlık çalışmaları kapsamında hazırlanan bu Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ile Halı Sektörleri Çalışma Grubu Raporu'nda Türkiye'nin önde gelen üretim, istihdam ve ihracat sanayilerinden olan hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sanayilerine ait mevcut durum analizi ile plan dönemine ait perspektifler detaylı bir şekilde başlıklar halinde sunulmaktadır.

Buna göre giriş ve sonuç bölümleriyle birlikte dört temel başlıklar halinde hazırlanan raporda, bir önceki plan döneminde ortaya konulan hedefler ışığında sektörlerin geldiği aşama ile bir sonraki plan dönemine ilişkin vizyonlar, hazırlıklar ve ihtiyaçlar, ilgili başlıklarda ele alınmıştır.

Öte yandan, dünyadaki gelişmeler, ihracata dayalı üretim ve kalkınma modeli çerçevesinde hareket eden sektörlerimiz için bir taraftan tehditler oluştururken, diğer taraftan çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Bu açıdan, dünyadaki gelişmelerin hiç olmadığı kadar etkili olacağı öngörülen 2019-2023 plan dönemi için sektörlerin hazırlıklı olması vurgusu raporun ilgili bölümlerinde yapılmıştır.

Küresel ticarete entegre olan sektörlerin ülkemiz ekonomisindeki konumunu güçlendirerek küresel ekonomi ve ticaretteki gelişmelere cevap verecek şekilde üretim, yatırım ve ihracat altyapısını güçlendirmesi için tespit edilen sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri de ayrıntılı bir şekilde ilgili başlıklarda anlatılmıştır.

2. MEVCUT DURUM ANALİZİ

2.1. Dünyada (Benzer Ülke ve Uluslararası Kuruluşlarda) Genel Durum

2.1.1. Sektörel Güncel Durum ve Temel Göstergeler

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörleri, ülkemizin geleneksel olarak en önemli imalat sanayi kollarından biridir. Sektörler güncel küresel ve ekonomik koşullara bağlı olarak bir dönüşüm sürecindedir. Sektörler, bu değişim ve dönüşüm sürecinde gösterdiği performans sonucunda gerek iç pazardaki gerekse küresel pazarlardaki rekabetçiliğini arttırarak Türkiye ekonomisindeki önemini korumakta ve pekiştirmektedir.

Son beş yıl içinde bu sektörlerde kaydedilen gelişmeler, sektörlerdeki büyüme potansiyelinin devam ettiğini ve büyüme eğilimlerinin ise küresel koşullarla ilişkili olarak farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmaktadır.

Temel Göstergeler

Hazırgiyim, tekstil ve deri sektörlerinin temel göstergelerine dair TÜİK tarafından açıklanan en güncel veriler 2015 yılına aittir. Bu verilere göre imalat sanayindeki girişim sayısının %23,8'inin, çalışan sayısının ise %27,4'ünün hazır giyim, tekstil ve deri sektörlerinde yer aldığı görülmektedir. Bu veriler ışığında, imalat sanayiinde yer alan girişimlerin ve çalışanların yaklaşık ¼'ünün hazır giyim ve tekstil sektörlerinde faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır.

İmalat sanayii içindeki %15,2'lik üretim, %17,1'lik katma değer ve %14,5'lik yatırım değeri, hazır giyim ve tekstil sektörlerinin Türkiye'nin ekonomik faaliyetlerinde oldukça önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 1: Hazır giyim, Tekstil ile Deri Sanayileri 2015 yılı Temel Göstergeleri

	Girişim Sayısı	Çalışanlar Sayısı	Üretim Değeri (Milyar TL)	Katma Değer (Milyar TL)	Yatırım (Milyon TL)
Tekstil	21.413	430.111	89,5	22,4	6.607
Giyim	51.417	518.428	63,2	14,6	2.620
Deri	7.078	60.908	8,9	1,9	451
İmalat Sanayi	335.311	3.679.421	1062,8	227,5	66.595
İmalat Sanayi İçinde Pay (%)	23,8	27,4	15,2	17,1	14,5

Kaynak: TÜİK, 2018

Üretim

Hazır giyim, tekstil ve deri sektörlerinin son 6 yıllık üretim endeksi verileri incelendiği zaman, imalat sanayi üretim endeksindeki artışa paralel olarak hazır giyim ve tekstil sanayilerinde de artış olduğu, ancak deri sektöründe 2012 yılından itibaren 2013 yılı hariç olmak üzere bir düşüş eğilimi olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Hazır giyim, Tekstil ve Deri Sanayileri Üretim Endeksi

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2010=100							
Hazır giyim	98,8	104,5	106,7	106,9	110,4	113	114,7
Tekstil	101,9	106,1	110,5	111,6	106,9	108,2	112,2
Deri	103,4	98,9	102,4	92,5	82	76,1	82,9
İmalat Sanayi	110,3	112,8	117,8	121,4	125,4	127,2	135,1

Kaynak: TÜİK, 2018

Hazır giyim, tekstil ve deri sanayilerindeki üretim endeksi değişimlerine göre 2017 yılında bir önceki yıla göre imalat sanayi üretim endeksi %6,4 artmıştır. Hazır giyim sektöründe aynı dönemde %1,6'lık, tekstil sektöründe ise %3,7'lik artış görülürken deri sanayi üretim endeksinde de diğer yılların aksine %10,1 ile daha yüksek artış kaydedilmiştir.

Tablo 3: Hazır giyim, Tekstil ve Deri Sanayileri Üretim Endeksi Değişimleri

Birim: %	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hazır giyim	-1,8	5,9	2,2	0,1	3,1	2,4	1,6
Tekstil	1,1	4,1	4,2	0,9	-4,2	1,2	3,7
Deri	2,6	-4,1	3,8	-10	-11,3	-7,2	10,1
İmalat Sanayi	10	2,1	4,5	3,1	3,3	1,4	6,4

Kaynak: TÜİK, 2018

Kapasite Kullanım Oranları

Hazırgiyim ve tekstil sanayilerinde kapasite kullanım oranlarına bakıldığında, üretim endeksindeki düzenli artışın aksine hazırgiyim ve tekstil sanayilerinde dalgalı bir seyir izlendiği görülmektedir. Buna karşın, deri sektöründe 2017 hariç 2012 yılından itibaren düzenli bir düşüş gözlemlenmektedir.

Tablo 4: Hazırgiyim ve Tekstil Sanayileri Ortalama Kapasite Kullanım Oranları

Birim: %	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hazırgiyim	79,6	79,0	79,4	78,7	78,5	79,4
Tekstil	78,8	79,7	79,9	77,4	77,7	79,8
Deri	70,3	65,9	62,4	57,6	57,4	58,6
İmalat Sanayi	76,5	76,7	75	76,8	77,4	78,5

Kaynak: TCMB, 2018

İstihdam

Sektörlerin istihdam yapısına bakıldığı zaman, özellikle hazırgiyim sektöründe istihdama katılanların yarısından fazlasının %50,8’lik bir oranla kadınlardan oluşmaktadır. Bu rakamlar doğrultusunda, hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünün kadın istihdamında oldukça önemli bir yeri olduğu görülmektedir.

Tekstil sektörüne bakıldığında 50’den fazla kişi çalıştıran işletmelerin daha yoğunlukta olduğu görülürken, hazırgiyim sektöründe 10’dan fazla kişi çalıştıran işletmeler yoğunluktadır.

Tablo 5: Hazırgiyim, Tekstil ve Deri Sanayileri İstihdam Yapısı

(Aralık 2017)	Hazırgiyim	Tekstil	Deri	İmalat Sanayi
Toplam Çalışan Sayısı	493.952	422.166	61.750	3.668.237
Erkek Çalışan Sayısı	242.952	302.300	47.436	2.775.074
Kadın Çalışan Sayısı	251.000	119.866	14.314	893.163
Kadın Çalışanların Yüzdesi (%)	50,8	28,4	23,2	24,3
1-9 kişi çalıştıran işletmelerde çalışanlar	79.404	36.828	15.713	646.215
10-49 kişi çalıştıran işletmelerde çalışanlar	133.751	78.358	23.622	944.162
50-249 kişi çalıştıran işletmelerde çalışanlar	176.210	154.536	15.662	1.048.102
250+ kişi çalıştıran işletmelerde çalışanlar	104.587	152.444	6.753	1.029.758

Kaynak: SGK, 2018

Hazırgiyim ve tekstil sanayileri istihdam endeksine göre son 7 yıllık verilere bakıldığında zaman her iki sektörde de 2014 yılına kadar istihdam endeksi yükselmiş, ancak 2014 yılından sonra bu oranlarda düşüşler yaşanmıştır. Bununla birlikte tekstil sanayiinde 2017 yılında 2016 yılına göre bir artış yaşandığı ve 2015 yılındaki seviyeye yaklaşıldığı görülebilmektedir. İmalat sanayi istihdam endeksine bu düşüşün yansıması ise 2015 yılı itibarıyla gerçekleşmiştir. Deri sanayii istihdam endeksi ise 2013 yılına kadar artış gösterirken bu yıldan itibaren düşüşler gözlemlenmiştir.

Tablo 6: Hazırgiyim, Tekstil ve Deri Sanayileri İstihdam Endeksi

(2010=100)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hazırgiyim	104,5	107,9	111,1	111,2	109,6	104,1	100,2
Tekstil	106,0	115,0	122,3	125,8	122,6	121,7	122,5
Deri	110,3	116,8	123,4	116,9	107,1	104,0	102,7
İmalat Sanayi	106,9	112,2	116,6	120,2	120,7	119,5	119,8

Kaynak: TÜİK, 2018

Verimlilik

2012 yılından itibaren sektörlerdeki verimlilik endekslerine bakıldığında imalat sanayinde hem çalışılan saat hem de kişi başına bir artış eğilimi olduğu görülmektedir. Sektörlerin bu iki endekse göre durumları incelendiğinde ise 2015 yılından itibaren artış yönünde bir eğilimin bulunduğu tespit edilmektedir. Özellikle hazırgiyim ürünleri imalatında verimlilik artışı çarpıcı bir gelişme göstermiştir.

Tablo 7: Çalışılan Saat Başına Üretim Endeksi

İktisadi Faaliyet Kolu	2012	2013	2014	2015	2016	2017
(2010=100)						
İmalat sanayi	101,8	103,4	104,8	109,0	112,2	119,1
Tekstil ürünleri imalatı	92,9	91,7	90,4	90,3	92,4	95,9
Giyim eşyaları imalatı	97,8	98,5	100,8	107,0	114,8	121,0
Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	85,2	85,1	85,5	84,5	80,7	88,1

Kaynak: BSTB-VGM, 2018

Tablo 8: Çalışılan Kişi Başına Üretim Endeksi

İktisadi Faaliyet Kolu	2012	2013	2014	2015	2016	2017
(2010=100)						
İmalat sanayi	100,3	100,7	100,8	103,7	106,2	112,5
Tekstil ürünleri imalatı	91,5	89,7	88,0	86,6	88,2	90,9
Giyim eşyaları imalatı	96,4	95,7	95,7	100,2	107,9	113,9
Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	84,4	82,6	78,7	76,3	72,8	80,4

Kaynak: BSTB-VGM, 2018

Hane Halkı Tüketim Harcamaları

Hane halkı tüketim harcamalarında tüm sektörlerin payı yıllar içerisinde azalmaktadır. Buna göre, 2012 yılında giyim eşyalarının %4,2 seviyesinde olan payı 2016 yılında %3,9'a, ev içi tekstil ürünlerinin %0,6 olan payı ise %0,5'e gerilemiştir. Ayakkabının payı ise %1,2 ile sabit kalmıştır.

Tablo 9: Hazırgiyim, Tekstil ve Ayakkabı Sanayilerinin Hane Halkı Tüketimdeki Payı

Birim: %	2012	2013	2014	2015	2016
GİYİM	4,2	4,1	4,0	4,0	3,9
EV İÇİ TEKSTİL	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5
AYAKKABI	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2

Kaynak: TÜİK, 2017

2.1.2. Sektörlerin Dış Ticaretinde Gelişmeler

2007 yılından itibaren son 10 yıllık ihracat verilerine göre hazır giyim, tekstil ve halı sektörlerinin en yüksek ihracat değeri 2014 yılında kaydedilmiştir. 2014 yılından itibaren genel ihracata paralel olarak sektörlerin hepsinde düşüşler görülmüştür. Sektörel ihracatın genel ihracat içerisindeki payına bakıldığı zaman, hazır giyim, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin genel ihracatın 1/5'ini oluşturduğu anlaşılmaktadır.

Hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ve halı ihracatının 2017 yılı toplam değeri 28,8 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Bu toplam değer içerisinde hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri 17 milyar \$ ile %58,8, tekstil ürünleri 8,1 milyar \$ ile %28,1, deri ve deri mamulleri 1,5 milyar \$ ile %5,3 ve halı sektörü 2,2 milyar \$ ile %7,5 paya sahip olmuştur.

Tablo 10: 2007-2017 Yılları Sektörel İhracat Rakamları

Birim: 1.000.000 \$	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
HAZIRGIYIM	16.060	15.740	13.302	14.623	16.150	16.038	17.360	18.729	16.955	16.956	17.045
TEKSTİL	6.554	6.817	5.514	6.523	7.945	7.839	8.388	8.885	7.947	7.867	8.102
DERİ	1.269	1.340	1.077	1.328	1.479	1.634	1.942	1.853	1.473	1.394	1.519
HALI	1.004	1.170	1.086	1.285	1.628	2.010	2.195	2.355	2.015	1.919	2.166
SEKTÖREL İHRACAT TOPLAMI	24.886	25.067	20.978	23.758	27.203	27.521	29.885	31.822	28.391	28.136	28.832
TÜRKİYE GENEL İHRACATI	105.965	132.027	102.143	113.883	134.907	151.695	151.627	157.453	143.839	142.070	156.782
GENEL İHRACAT İÇİNDEKİ PAY %	23,5	19,0	20,5	20,9	20,2	18,1	19,7	20,2	19,7	19,8	18,4

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2018

2012 yılından itibaren tüm sektörlerin ihracat gelişimine bakıldığında özellikle 2014 yılında tüm sektörlerin en yüksek ihracat değerine ulaştığı ve bu tarihten itibaren daha dalgalı bir seyir izlendiği görülmektedir.

Tablo 11: Sektör Bazında Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ile Halı Ürünleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyar \$						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	27,5	29,9	31,8	28,4	28,1	28,8
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	15,9	17,2	18,5	16,8	17,0	17,0
PAY %	57,8	57,5	58,3	59,1	60,3	58,8
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,8	8,4	8,9	7,9	7,9	8,1
PAY %	28,5	28,1	27,9	28,0	28,0	28,1
DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41,42,43 & 64)	1,6	1,9	1,8	1,5	1,4	1,5
PAY %	5,9	6,5	5,8	5,2	4,9	5,3
HALI (FASIL 57)	2,0	2,2	2,4	2,0	1,9	2,2
PAY %	7,3	7,3	7,4	7,1	6,8	7,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Sektörel olarak ihracat değişimlerine bakıldığında tüm sektörlerin toplam ihracat değerinin 2012-2017 yılları arasında %4,8 oranında arttığı görülürken, %7,7'lik artış ile halı sektörü en yüksek artış gösteren sektördür. Deri ve deri mamulleri sektörü ise %6,7'lik düşüş ile negatif eğilime sahip sektör olmuştur.

Tablo 12: Sektör Bazında Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ile Halı Ürünleri İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	8,6	6,5	-10,8	-0,9	2,5	4,8
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	8,2	7,8	-9,5	1,1	0,1	6,7
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,0	5,9	-10,6	-1,0	3,0	3,4
DERİ VE DERİ MAMÜLLERİ (FASIL 41,42,43 & 64)	18,9	-4,7	-20,4	-5,4	9,2	-6,7
HALI (FASIL 57)	9,2	7,3	-14,4	-4,8	12,8	7,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Sektörel ithalat rakamlarında ise ihracata paralel olarak en yüksek ithalat değeri 2014 yılında kaydedilmiştir. Sektörel ithalatın genel ithalatı içerisindeki payı 2017 yılı için %5,6 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 13: 2007-2017 Yılları Sektörel İthalat Rakamları

Birim: Milyon \$	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
HAZIR GIYIM	1.521	2.123	2.021	2.704	3.166	2.502	2.971	3.062	2.847	2.691	2.264
TEKSTİL	8.040	7.301	6.301	9.079	10.387	8.674	9.302	9.713	8.270	8.171	9.510
DERİ	1.770	1.831	1.254	1.624	2.178	2.142	2.338	2.116	1.606	1.341	1.281
HALI	193	210	141	181	194	177	185	174	103	65	59
SEKTÖREL İTHALAT	11.523	11.465	9.717	13.588	15.925	13.495	14.795	15.066	12.826	12.268	13.113
TÜRKİYE GENEL İTHALATI	170.063	201.964	140.928	185.544	240.842	236.545	251.661	242.177	207.234	198.618	233.792
GENEL İTHALAT İÇİNDEKİ PAY %	6,8	5,7	6,9	7,3	6,6	5,7	5,9	6,2	6,2	6,2	5,6

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

2017 yılında hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı ürünlerinde toplamda 13,1 milyar \$'lık ithalat gerçekleştirilmiştir. Bu ithalat değeri içinde hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 2,3 milyar \$ ile %17,3; tekstil sektörü 9,5 milyar \$ ile %72,5; deri sektörü 1,3 milyar \$ ile %9,8 ve halı sektörü 59 milyon \$ ile %0,4 paya sahiptir.

Buna göre, 2017 yılı hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin toplam ithalatı olan 13,1 milyar \$ içinde 9,5 milyar \$'lık değer ve %72,5'lik pay ile en yüksek ithalat değeri tekstil sektöründe gerçekleşmiştir.

Tablo 14: Sektör Bazında Hazır giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ve Halı İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyar \$						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE DERİ MAMÜLLERİ İLE HALI ÜRÜNLERİ	13,5	14,8	15,1	12,8	12,3	13,1
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	2,5	3,0	3,1	2,8	2,7	2,3
PAY %	18,5	20,1	20,3	22,2	21,9	17,3
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	8,7	9,3	9,7	8,3	8,2	9,5
PAY %	64,3	62,9	64,5	64,5	66,6	72,5
DERİ VE DERİ MAMÜLLERİ (FASIL 41,42,43 & 64)	2,1	2,3	2,1	1,6	1,3	1,3
PAY %	15,9	15,8	14,0	12,5	10,9	9,8
HALI (FASIL 57)	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
PAY %	1,3	1,2	1,2	0,8	0,5	0,4

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Tüm sektörlerin ithalatındaki değişim oranları ele alındığında 2012-2017 yılları arasında tüm sektörlerde %2,8'lik ithalat düşüşü yaşandığı görülmektedir. Tekstil sektöründe %9,6 ile artış gerçekleşirken, diğer üç sektör arasında en yüksek ithalat düşüşü %66,7 oranıyla halı sektöründe gerçekleşmiştir.

Tablo 15: Sektör Bazında Hazır giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ile Halı Ürünleri İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	9,6	1,8	-14,9	-4,4	6,9	-2,8
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	18,7	3,1	-7,0	-5,5	-15,9	-9,5
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,2	4,4	-14,9	-1,2	16,4	9,6
DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41,42,43 & 64)	9,2	-9,5	-24,1	-16,5	-4,5	-40,2
HALI (FASIL 57)	4,3	-5,5	-40,7	-37,0	-9,4	-66,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü

Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Ürünleri İhracat ve İthalat Rakamları

2017 yılında toplamda 17 milyar \$'lık ihracat değerine sahip olan hazırgiyim ve konfeksiyon sektöründe 8,9 milyar \$'lık değer ve %52,3'lük pay ile en çok ihraç edilen ürün grubu örme hazırgiyim ürünleridir. 6 milyar \$ değerindeki dokuma giyim ürünlerinin payı %35,2 ve 2 milyar \$ değerindeki hazır eşyaların payı ise %11,9 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 16: Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	15,9	17,2	18,5	16,8	17,0	17,0
ÖRME HAZIRGIYIM	8,5	9,3	10,1	9,0	8,9	8,9
PAY %	53,5	54,1	54,3	53,4	52,4	52,3
DOKUMA HAZIRGIYIM	5,5	5,7	6,2	5,9	6,0	6,0
PAY %	34,4	33,2	33,7	35,3	35,1	35,2
HAZIR EŞYA	1,9	2,2	2,2	1,9	2,0	2,0
PAY %	12,1	12,7	12,0	11,3	11,5	11,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Ürün grupları bazında hazırgiyim ve konfeksiyon sektöründeki değişim oranları tablosuna göre 2012-2017 yılları arasında tüm alt ürün gruplarında artış yaşandığı görülmektedir. 2012-2017 yılları arasında en yüksek artışlı değişim oranı %9,1 ile dokuma hazırgiyim ürünlerinde yaşanmıştır.

Tablo 17: Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	8,2	7,8	-9,5	1,1	0,1	6,7
ÖRME HAZIRGIYIM	9,4	8,3	-11,1	-0,8	-0,2	4,3
DOKUMA HAZIRGIYIM	4,3	9,4	-5,1	0,5	0,3	9,1
HAZIR EŞYA	13,6	1,8	-14,8	3,0	2,9	4,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012 yılında 2,5 milyar \$ olan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı 2017 yılında 2,3 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Ürün grupları bazında en yüksek ithalat %59,2 pay ile dokuma hazır giyim ürünlerinde kaydedilmiştir.

Tablo 18: Ürün Grupları Bazında Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	2,5	3,0	3,1	2,8	2,7	2,3
ÖRME HAZIRGIYIM	0,8	0,9	1,0	0,9	0,8	0,7
PAY %	33,7	31,7	32,2	30,2	29,3	32,5
DOKUMA HAZIRGIYIM	1,5	1,9	1,9	1,8	1,7	1,3
PAY %	59,9	62,7	61,5	62,9	63,0	59,3
HAZIR EŞYA	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
PAY %	6,44	5,63	6,36	6,90	7,70	8,19

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ürün grupları bazında hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ithalatının değişim oranlarına bakıldığında, 2012-2017 yılları arasında %9,5 oranında düşüş olduğu görülmektedir. Bu yıllar arasında en yüksek oranlı düşüş %12,8 ile örme hazır giyim ürünlerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 19: Ürün Grupları Bazında Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	18,7	3,1	-7,0	-5,5	-15,9	-9,5
ÖRME HAZIRGIYIM	11,6	4,7	-12,7	-8,1	-6,8	-12,8
DOKUMA HAZIRGIYIM	-6,0	1,5	-6,1	-2,8	10,7	-3,6
HAZIR EŞYA	24,4	1,1	-4,9	-5,4	-20,7	-10,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Pazarı ve Tedarikçiler

2017 yılında hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe öne çıkan ihracat pazarlarına bakıldığında zaman %71,4 ile en büyük ihracat pazarının Avrupa Birliği ülkeleri olduğu görülmektedir. Ancak 2012 yılında %75,6 olan Avrupa Birliği payının %71,4'e gerilemesi dikkat çekicidir.

Diğer önde gelen ihracat pazarları ise %4,2 pay ile Irak, %3,3 pay ile ABD ve %1,9 pay ile İsrail olarak sıralanmaktadır.

Tablo 20: Ülke Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI (FASIL 61-63)	16.038	17.360	18.728	16.955	16.956	17.036
AB ÜLKELERİ	12.119	12.892	14.008	12.271	12.000	12.168
PAY %	75,6	74,3	74,8	72,4	70,8	71,4
ALMANYA	3.440	3.706	3.910	3.186	3.168	3.228,8
PAY %	21,5	21,4	20,9	18,8	18,7	19,0
İSPANYA	1.429	1.491	1.631	1.668	1.749	2.092
PAY %	8,9	8,6	8,7	9,8	10,3	12,3
İNGİLTERE	2.208	2.165	2.485	2.204	2.027	1.955
PAY %	13,8	12,5	13,3	13,0	12,0	11,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	5.042	5.530	5.981	5.213	5.057	4.893
PAY %	31,4	31,9	31,9	30,7	29,8	28,7
IRAK	416	579	674	749	564	715
PAY %	2,6	3,3	3,6	4,4	3,3	4,2
A.B.D.	450	446	464	495	536	561
PAY %	2,8	2,6	2,5	2,9	3,2	3,3
İSRAİL	168	195	228	253	305	327
PAY %	1,0	1,1	1,2	1,5	1,8	1,9
SUUDİ ARABİSTAN	238	258	289	289	317	287
PAY %	1,5	1,5	1,5	1,7	1,9	1,7
DİĞER ÜLKELER	2.647	2.989	3.066	2.897	3.235	2.978
PAY %	16,5	17,2	16,4	17,1	19,1	17,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünün yıllar içindeki ihracat değişimine bakıldığında zaman 2012-2017 yılları arasında İsrail'e gerçekleştirilen ihracattaki %95,3'lük artış, İngiltere'ye ihracatta %46,4 artış ve İspanya'ya gerçekleştirilen ihracattaki %11,5'lik düşüş dikkat çekicidir.

Tablo 21: Ülke Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	8,2	7,9	-9,5	0,01	0,5	6,2
AB ÜLKELERİ	6,4	8,7	-12,4	-2,2	1,4	0,4
ALMANYA	7,7	5,5	-18,5	-0,6	1,9	-6,1
İNGİLTERE	4,3	9,4	2,3	4,8	19,6	46,4
İSPANYA	-1,9	14,8	-11,3	-8,0	-3,6	-11,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	9,7	8,2	-12,8	-3,0	-3,2	-3,0
IRAK	39,3	16,3	11,2	-24,7	26,8	71,9
A.B.D	-1,1	4,1	6,6	8,4	4,6	24,5
İSRAİL	16,6	16,5	11,4	20,2	7,4	95,3
SUUDİ ARABİSTAN	8,1	12,1	0,2	9,3	-9,3	20,4
DİĞER ÜLKELER	13,0	2,6	-5,5	11,7	-7,9	12,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

İthalat tarafında ise, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe en büyük tedarikçisi %26'lık pay ve 590 milyon \$'lık değer ile Çin'dir. Çin'i %19'luk pay ve 429 milyon \$'lık değer ile Bangladeş takip etmektedir.

Tablo 22: Ülke Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	2.502	2.971	3.062	2.847	2.691	2.264
ÇİN	861	895	906	843	817	590
PAY %	34,4	30,1	29,6	29,6	30,4	26,0
BANGLADEŞ	541	785	772	755	658	429
PAY %	21,6	26,4	25,2	26,5	24,5	19,0
AB ÜLKELERİ	426	470	493	426	412	436
PAY %	17,0	15,8	16,1	15,0	15,3	19,3
İTALYA	139	151	166	148	141	143
PAY %	5,6	5,1	5,4	5,2	5,2	6,3
İSPANYA	56	60	66	64	66	80
PAY %	2,2	2,0	2,1	2,2	2,5	3,6
BULGARİSTAN	31	34	34	26	31	45
PAY %	1,2	1,1	1,1	0,9	1,2	2,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	200	224	227	189	174	167
PAY %	47,0	47,7	46,0	44,4	42,3	38,4
MISIR	92	141	138	132	127	140
PAY %	3,7	4,7	4,5	4,6	4,7	6,2
VİETNAM	62	73	89	80	79	86
PAY %	2,5	2,5	2,9	2,8	2,9	3,8
DİĞER ÜLKELER	521	607	664	612	598	583
PAY %	20,8	20,4	21,7	21,5	22,2	25,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ülkeler bazında hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı değişimi tablosunda 2012-2017 yılları arasında en yüksek ithalat artışı %52,5 ile Mısır'dan ithalatta meydana gelirken ve en yüksek ithalat düşüşü ise %31,5 ile Çin'den ithalatta meydana gelmiştir.

Tablo 23: Ülke Bazında Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ (FASIL 61-63)	18,7	3,1	-7,0	-5,5	-15,9	-9,5
ÇİN	4,0	1,2	-7,0	-3,0	-27,8	-31,5
BANGLADEŞ	45,1	-1,7	-2,2	-12,9	-34,8	-20,7
AB ÜLKELERİ	10,2	4,9	-13,6	-3,2	5,9	2,4
İTALYA	8,8	9,5	-11,0	-4,8	2,1	3,0
İSPANYA	8,2	9,3	-3,1	4,0	21,5	44,7
ALMANYA	9,9	0,3	-25,4	21,7	45,3	45,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	11,8	1,3	-16,7	-7,8	-3,9	-16,5
MISIR	53,6	-2,3	-4,3	-4,0	10,7	52,5
HİNDİSTAN	18,5	22,1	-10,4	-1,7	9,4	39,4
DİĞER ÜLKELER	16,6	9,5	-7,9	-2,2	-2,6	11,9

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Örme Hazır giyim

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı içerisinde en fazla yere sahip olan örme hazır giyim ürünleri ihracatında Avrupa Birliği ülkeleri %75 pay ile ilk sırada yer almaktadır. Avrupa Birliği ülkeleri arasında 2017 yılında Almanya'ya 1,9 milyar \$ değerinde örme giyim ihracatı gerçekleştirilmiştir. Almanya'yı 1,3 milyar \$'lık ihracat değeri ve %14,3 oranında pay ile İngiltere takip etmektedir. Avrupa Birliği ülkelerini %5,1'lik pay ve 453,5 milyon \$'lık ihracat değeri ile Irak izlemektedir.

Tablo 24: Ülke Bazında Örme Hazırgiyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ÖRME HAZIRGIYIM	8.497,8	9.295,8	10.068,2	8.950,6	8.879,7	8.865,8
AB ÜLKELERİ	6.964,1	7.404,8	8.019,5	6.893,1	6.668,3	6.653,5
PAY %	82,0	79,7	79,7	77,0	75,1	75,0
ALMANYA	2.043,7	2.232,4	2.400,7	1.896,0	1.900,0	1.924,7
PAY %	24,0	24,0	23,8	21,2	21,4	21,7
İNGİLTERE	1.457,9	1.449,4	1.650,9	1.464,2	1.324,0	1.271,1
PAY %	17,2	15,6	16,4	16,4	14,9	14,3
İSPANYA	743,6	758,2	770,1	756,7	774,3	866,0
PAY %	8,8	8,2	7,6	8,5	8,7	9,8
HOLLANDA	418,3	434,9	454,6	395,1	388,9	446,8
PAY %	4,9	4,7	4,5	4,4	4,4	5,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	2.300,4	2.529,8	2.743,1	2.381,2	2.281,2	2.144,9
PAY %	27,1	27,2	27,2	26,6	25,7	24,2
IRAK	238,6	350,9	404,8	441,2	307,0	453,5
PAY %	2,8	3,8	4,0	4,9	3,5	5,1
A.B.D	120,9	114,5	122,7	149,0	144,1	151,5
PAY %	1,4	1,2	1,2	1,7	1,6	1,7
UKRAYNA	91,8	204,9	185,0	167,6	178,6	135,6
PAY %	1,1	2,2	1,8	1,9	2,0	1,5
SUUDİ ARABİSTAN	53,2	88,5	109,4	111,6	138,9	110,3
PAY %	0,6	1,0	1,1	1,2	1,6	1,2
DİĞER ÜLKELER	1029,3	1132,2	1226,8	1188,1	1442,7	1361,4
PAY %	12,1	12,2	12,2	13,3	16,2	15,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012-2017 yılları arasında Türkiye'nin örme hazır giyim ürünleri ihracatı %4,3 oranında artmıştır. İhracatın yoğun olarak gerçekleştirildiği Avrupa Birliği ülkelerine örme hazır giyim ürünleri ihracatı 2012-2017 yılları arasında %4,5 oranında azalmıştır. Buna karşın aynı dönem içerisinde Irak'a yönelik ihracat %90,1 oranında artmıştır.

Tablo 25: Ülke Bazında Örme Hazırgiyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ÖRME HAZIRGIYIM	9,4	8,3	-11,1	-0,8	-0,2	4,3
AB ÜLKELERİ	6,3	8,3	-14,0	-3,3	-0,2	-4,5
ALMANYA	9,2	7,5	-21,0	0,2	1,3	-5,8
İNGİLTERE	-0,6	13,9	-11,3	-9,6	-4,0	-12,8
İSPANYA	2,0	1,6	-1,7	2,3	11,9	16,5
HOLLANDA	4,0	4,5	-13,1	-1,6	14,9	6,8
DİĞER AB ÜLKELERİ	10,0	8,4	-13,2	-4,2	-6,0	-6,8
IRAK	47,1	15,4	9,0	-30,4	47,7	90,1
A.B.D	-5,3	7,2	21,4	-3,3	5,1	25,3
UKRAYNA	123,3	-9,7	-9,4	6,6	-24,1	47,7
SUUDİ ARABİSTAN	66,4	23,6	2,0	24,5	-20,6	107,3
DİĞER ÜLKELER	10,0	8,4	-3,2	21,4	-5,6	32,3

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin 2017 yılında 735,7 milyon \$ değerinde örme hazır giyim ürünleri ithalatında öne çıkan tedarikçilere bakıldığında zaman ilk sırada %23,7'lik pay ve 174 milyon \$'lık ithalat değeri ile Çin'in yer aldığı görülmektedir. Çin'i 115 milyon \$'lık ithalat değeri ve %15,7'lik pay ile Bangladeş izlemektedir.

Tablo 26: Ülke Bazında Örmeye Hazırlanmış İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ÖRME HAZIRGIYIM	843,4	941,2	985,0	859,7	789,7	735,7
ÇİN	281,6	266,4	267,5	229,3	208,4	174,0
PAY %	33,4	28,3	27,2	26,7	26,4	23,7
BANGLADEŞ	186,1	238,3	214,3	191,5	159,2	115,2
PAY %	22,1	25,3	21,8	22,3	20,2	15,7
AB ÜLKELERİ	165,1	170,6	174,7	140,4	141,2	142,6
PAY %	19,6	18,1	17,7	16,3	17,9	19,4
İTALYA	50,3	46,1	49,2	43,5	42,0	42,2
PAY %	6,0	4,9	5,0	5,1	5,3	5,7
İSPANYA	23,4	24,3	25,5	24,1	26,0	31,9
PAY %	2,8	2,6	2,6	2,8	3,3	4,3
PORTEKİZ	18,0	23,4	25,2	22,8	22,7	24,2
PAY %	2,1	2,5	2,6	2,7	2,9	3,3
ALMANYA	18,5	14,4	16,5	12,2	10,8	9,9
PAY %	2,2	1,5	1,7	1,4	1,4	1,3
DİĞER AB ÜLKELERİ	54,9	62,4	58,2	37,7	39,7	34,5
PAY %	6,5	6,6	5,9	4,4	5,0	4,7
GÜRCİSTAN	16,4	27,3	44,3	50,8	50,7	68,3
PAY %	1,9	2,9	4,5	5,9	6,4	9,3
KAMBOÇYA	21,9	31,9	56,7	49,2	41,5	38,6
PAY %	2,6	3,4	5,8	5,7	5,3	5,2
DİĞER ÜLKELER	172,4	206,7	227,5	198,6	188,7	196,9
PAY %	20,4	22,0	23,1	23,1	23,9	26,8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin örme hazır giyim ürünleri ithalatının seyrine bakıldığında zaman zaman 2014 yılına kadar bir artış görüldüğü ancak 2014 yılı sonrasında bir düşüş eğiliminin başladığı görülmektedir. Bu nedenle, 2012-2017 yılları arasında örme hazır giyim ürünleri ithalatında %12,8 oranında azalış olduğu görülmektedir. 2012-2017 yılları arasında örme hazır giyim ürünleri ithalatı Çin'den %38,2 ve Bangladeş'ten %38,1 oranında azalmıştır.

Tablo 27: Ülke Bazında Örme Hazırgiyim İthalatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ÖRME HAZIRGIYIM	11,6	4,7	-12,7	-8,1	-6,8	-12,8
ÇİN	-5,4	0,4	-14,3	-9,1	-16,5	-38,2
BANGLADEŞ	28,0	-10,0	-10,7	-16,8	-27,6	-38,1
AB ÜLKELERİ	3,3	2,4	-19,6	0,6	1,0	-13,6
İTALYA	-8,4	6,8	-11,6	-3,4	0,4	-16,2
İSPANYA	4,0	5,0	-5,5	7,9	22,6	36,6
PORTEKİZ	30,1	7,8	-9,5	-0,7	6,7	34,5
ALMANYA	-22,3	14,6	-26,2	-10,8	-9,1	-46,8
DİĞER AB ÜLKELERİ	13,7	-6,8	-35,2	5,1	-13,2	-37,3
GÜRCİSTAN	66,9	62,3	14,8	-0,3	34,8	317,7
KAMBOÇYA	45,7	77,5	-13,2	-15,6	-7,1	75,9
DİĞER ÜLKELER	19,9	10,1	-12,7	-5,0	4,4	14,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Dokuma Hazırgiyim

Türkiye'nin 2012 yılında 5,5 milyar \$ değerinde olan dokuma hazır giyim ürünleri ihracatı 2017 yılında 6 milyar \$ seviyesine yükselmiştir. Örme hazır giyim ürünleri ihracatında olduğu gibi dokuma hazır giyim ürünleri ihracatında da Türkiye'nin en büyük pazarı Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkelerine yönelik 2012 yılında 3,9 milyar \$ değerinde olan dokuma hazır giyim ihracatı 2017 yılında 4,2 milyar \$ olmuştur. Avrupa Birliği ülkelerini 208,6 milyon \$'lık ihracat değeri ve %3,5'lik pay ile Irak takip etmektedir.

Tablo 28: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DOKUMA HAZIRGIYIM	5.471,6	5.707,6	6.242,1	5.922,4	5.950,2	5.968,7
AB ÜLKELERİ	3.896,5	4.032,2	4.477,6	4.088,1	4.000,3	4.150,1
PAY %	71,2	70,6	71,7	69,0	67,2	69,5
İSPANYA	638,5	682,2	812,3	868,4	924,0	1.164,9
PAY %	11,7	12,0	13,0	14,7	15,5	19,5
ALMANYA	883,6	899,4	941,1	801,9	800,3	836,9
PAY %	16,1	15,8	15,1	13,5	13,5	14,0
İNGİLTERE	657,6	614,4	716,3	635,3	606,5	590,9
PAY %	12,0	10,8	11,5	10,7	10,2	9,9
HOLLANDA	328,3	356,0	362,0	308,1	267,2	302,8
PAY %	6,0	6,2	5,8	5,2	4,5	5,1
DİĞER AB ÜLKELERİ	1.388,6	1.480,1	1.645,9	1.474,4	1.402,2	1.254,6
PAY %	25,4	25,9	26,4	24,9	23,6	21,0
IRAK	109,3	163,6	205,5	260,7	197,2	208,6
PAY %	2,0	2,9	3,3	4,4	3,3	3,5
İSRAİL	99,8	120,7	140,1	156,8	180,6	186,2
PAY %	1,8	2,1	2,2	2,6	3,0	3,1
A.B.D	117,7	114,6	114,3	125,2	147,3	160,5
PAY %	2,2	2,0	1,8	2,1	2,5	2,7
SUUDİ ARABİSTAN	137,7	126,3	135,8	130,3	129,7	115,8
PAY %	2,5	2,2	2,2	2,2	2,2	1,9
DİĞER ÜLKELER	1110,7	1150,4	1168,8	1161,4	1295,0	1147,5
PAY %	20,3	20,2	18,7	19,6	21,8	19,2

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Ülkeler bazında Türkiye'nin dokuma hazır giyim ihracatı değişimine bakıldığında zaman 2012-2017 yılları arasında %9,1 oranında artış yaşandığı görülmektedir. Dokuma ürün grubu ihracatında en büyük pazar konumunda bulunan Avrupa Birliği'ne yönelik ihracat %6,5 oranında artmıştır. Bu yıllar arasında dokuma hazır giyim ürünleri ihracatının %91 ve İsrail'e yönelik ihracatın %86,6 oranında artması ise dikkat çekicidir.

Tablo 29: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DOKUMA HAZIRGIYIM	4,3	9,4	-5,1	0,5	0,3	9,1
AB ÜLKELERİ	3,5	11,0	-8,7	-2,1	3,7	6,5
İSPANYA	6,9	19,1	6,9	6,4	26,1	82,4
ALMANYA	1,8	4,6	-14,8	-0,2	4,6	-5,3
İNGİLTERE	-6,6	16,6	-11,3	-4,5	-2,6	-10,1
HOLLANDA	8,5	1,7	-14,9	-13,3	13,3	-7,8
DİĞER AB ÜLKELERİ	6,6	11,2	-10,4	-4,9	-10,5	-9,6
IRAK	49,7	25,6	26,9	-24,3	5,8	91,0
İSRAİL	21,0	16,1	12,0	15,2	3,1	86,6
A.B.D	-2,6	-0,2	9,5	17,7	9,0	36,4
SUUDİ ARABİSTAN	-8,3	7,6	-4,1	-0,4	-10,8	-15,9
DİĞER ÜLKELER	3,6	1,6	-0,6	11,5	-11,4	3,3

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin 2012 yılında 1,5 milyar \$ değerinde olan dokuma hazırgiyim ürünleri ithalatı 2017 yılında 1,3 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Türkiye'nin 2017 yılında dokuma hazırgiyim ürünleri ithalatında en önemli tedarikçi 336,6 milyon \$'lık ithalat değeri ve %25,1'lik pay ile Çin'dir. Çin'i 304,4 milyon \$'lık ithalat değeri ve %22,7'lik pay ile Bangladeş izlerken Avrupa Birliği ülkelerinin ithalat değeri 248,5 ve payı %18,5 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 30: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DOKUMA HAZIRGIYIM	1.497,9	1.862,9	1.882,8	1.790,8	1.693,9	1.342,9
ÇİN	521,1	563,1	560,7	523,6	513,0	336,6
PAY %	34,8	30,2	29,8	29,2	30,3	25,1
BANGLADEŞ	350,4	542,0	552,7	559,9	493,2	304,4
PAY %	23,4	29,1	29,4	31,3	29,1	22,7
AB ÜLKELERİ	223,3	250,5	271,6	245,1	228,0	248,5
PAY %	14,9	13,4	14,4	13,7	13,5	18,5
İTALYA	84,0	99,8	111,0	99,7	90,9	91,3
PAY %	5,6	5,4	5,9	5,6	5,4	6,8
İSPANYA	30,3	33,7	37,9	37,9	38,2	46,2
PAY %	2,0	1,8	2,0	2,1	2,3	3,4
BULGARİSTAN	21,1	21,3	24,3	19,5	23,6	32,7
PAY %	1,4	1,1	1,3	1,1	1,4	2,4
ROMANYA	21,1	24,9	29,5	25,1	21,7	21,4
PAY %	1,4	1,3	1,6	1,4	1,3	1,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	66,9	70,7	68,9	62,9	53,6	56,9
PAY %	4,5	3,8	3,7	3,5	3,2	4,2
MISIR	75,9	114,3	109,1	111,8	116,5	125,3
PAY %	5,1	6,1	5,8	6,2	6,9	9,3
VIETNAM	41,1	47,8	58,1	51,8	50,5	55,3
PAY %	2,7	2,6	3,1	2,9	3,0	4,1
DİĞER ÜLKELER	286,1	345,2	330,5	298,6	292,7	272,8
PAY %	19,1	18,5	17,6	16,7	17,3	20,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin dokuma hazırgiyim ürünleri ithalatının gelişimine bakıldığında 2012-2017 yılları arasında %10,3 azalış yaşandığı görülmektedir. Bu azalış ilk sırada yer alan tedarikçi olan Çin'den ithalatın aynı yıllar aralığında %35,4 azalmasıyla açıklanabilir. Bununla birlikte aynı dönemde dokuma hazırgiyim ürünleri ithalatı Avrupa Birliği ülkelerinden %11,3 oranında, Mısır'dan ise %65,2 oranında artmıştır.

Tablo 31: Ülke Bazında Dokuma Hazırgiyim İthalatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DOKUMA HAZIRGIYIM	24,4	1,1	-4,9	-5,4	-20,7	-10,3
ÇİN	8,1	-0,4	-6,6	-2,0	-34,4	-35,4
BANGLADEŞ	54,7	2,0	1,3	-11,9	-38,3	-13,1
AB ÜLKELERİ	12,2	8,4	-9,8	-7,0	9,0	11,3
İTALYA	18,9	11,2	-10,2	-8,8	0,5	8,8
İSPANYA	11,4	12,5	0,0	0,8	21,0	52,7
BULGARİSTAN	1,2	13,8	-19,6	20,9	38,4	54,9
ROMANYA	18,1	18,3	-14,8	-13,6	-1,0	1,7
DİĞER AB ÜLKELERİ	5,7	-2,5	-8,7	-14,7	6,0	-15,1
MISIR	50,7	-4,6	2,5	4,2	7,6	65,2
VIETNAM	16,4	21,6	-10,9	-2,5	9,4	34,5
DİĞER ÜLKELER	20,6	-4,2	-9,7	-2,0	-6,8	-4,6

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Hazır Eşya

Türkiye’den 2017 yılında tüm dünyaya 2 milyar \$ değerinde hazır eşya ürün grubu dahilinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Diğer ürün gruplarında olduğu gibi hazır eşyada da en büyük ihracat pazarı olarak Avrupa Birliği yer almaktadır. 2017 yılında Avrupa Birliği geneline 1,3 milyar \$ değerinde hazır eşya ihracatı gerçekleştirilmiştir. Avrupa Birliği ülkeleri içinde en yüksek ihracat değeri 448 milyon \$ ile Almanya’ya yönelik ihracatta gerçekleşirken ABD de 247,5 milyon \$’lık ihracat değeri ve %12,3’lük pay ile Avrupa Birliği ülkelerini takip etmektedir.

Tablo 32: Ülke Bazında Hazır Eşya İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
HAZIR EŞYA	1.925,6	2.187,8	2.226,7	1.897,3	1.954,4	2.011,7
AB ÜLKELERİ	1.195,5	1.381,0	1.418,0	1.201,2	1.238,7	1.263,9
PAY %	62,1	63,1	63,7	63,3	63,4	62,8
ALMANYA	500,9	559,6	551,7	472,4	450,8	448,0
PAY %	26,0	25,6	24,8	24,9	23,1	22,3
FRANSA	161,3	194,0	183,8	149,0	144,9	147,2
PAY %	8,4	8,9	8,3	7,9	7,4	7,3
HOLLANDA	98,5	114,1	134,7	103,1	121,7	105,1
PAY %	5,1	5,2	6,1	5,4	6,2	5,2
İTALYA	79,5	98,3	90,0	78,4	98,1	92,0
PAY %	4,1	4,5	4,0	4,1	5,0	4,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	355,4	414,9	457,7	398,3	423,3	471,6
PAY %	18,5	19,0	20,6	21,0	21,7	23,4
A.B.D	211,4	214,2	226,1	219,4	243,2	247,5
PAY %	11,0	9,8	10,2	11,6	12,4	12,3
SUUDİ ARABİSTAN	42,0	36,1	36,3	38,5	39,0	51,4
PAY %	2,2	1,7	1,6	2,0	2,0	2,6
IRAK	64,2	59,6	58,1	41,8	56,5	48,9
PAY %	3,3	2,7	2,6	2,2	2,9	2,4
İSRAİL	23,6	27,9	26,8	28,4	34,6	34,6
PAY %	1,2	1,3	1,2	1,5	1,8	1,7
DİĞER ÜLKELER	388,9	469,0	461,4	368,0	342,4	365,3
PAY %	20,2	21,4	20,7	19,4	17,5	18,2

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye’nin hazır eşya ürün grubunda gerçekleştirdiği ihracatta 2012-2017 yılları arasında %4,5 oranında artış yaşanmıştır. Avrupa Birliği ülkelerine yönelik ihracat %5,7 oranında artarken, bu ülke grubu içinde ilk sırada yer alan Almanya’ya yönelik ihracat %10,6 oranında azalmıştır.

Tablo 33: Ülke Bazında Hazır Eşya İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
HAZIR EŞYA	13,6	1,8	-14,8	3,0	2,9	4,5
AB ÜLKELERİ	15,5	2,7	-15,3	3,1	2,0	5,7
ALMANYA	11,7	-1,4	-14,4	-4,6	-0,6	-10,6
FRANSA	20,3	-5,3	-18,9	-2,8	1,6	-8,7
HOLLANDA	15,8	18,1	-23,5	18,1	-13,6	6,7
İTALYA	23,6	-8,4	-12,9	25,0	-6,1	15,7
DİĞER AB ÜLKELERİ	16,8	10,3	-13,0	6,3	11,4	32,7
A.B.D	1,3	5,5	-3,0	10,9	1,8	17,1
SUUDİ ARABİSTAN	-14,0	0,5	6,1	1,3	31,7	22,4
IRAK	-7,2	-2,5	-27,9	35,0	-13,4	-23,7
İSRAİL	18,3	-3,9	5,8	22,0	-0,1	46,4
DİĞER ÜLKELER	20,6	-1,6	-20,3	-7,0	6,7	-6,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin hazır eşya genelindeki ithalatı 2012 yılında 161,2 milyon \$ iken 2017 yılında 185,3 milyon \$ olarak kaydedilmiştir. Türkiye'nin bu ürün grubunda ilk sırada yer alan tedarikçisi 79 milyon \$'lık ithalat değeri ve %42,6'lık pay ile Çin'dir.

Tablo 34: Ülke Bazında Hazır Eşya İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
HAZIR EŞYA	161,2	167,3	194,7	196,4	207,1	185,3
ÇİN	58,3	65,7	77,9	89,9	96,0	79,0
PAY %	36,2	39,3	40,0	45,8	46,4	42,6
AB ÜLKELERİ	37,8	48,7	46,3	40,2	42,8	45,3
PAY %	23,5	29,1	23,8	20,5	20,7	24,4
İTALYA	4,9	5,6	5,6	4,4	7,6	9,9
PAY %	3,1	3,3	2,9	2,2	3,7	5,3
ALMANYA	6,3	8,7	8,2	7,3	7,9	8,1
PAY %	3,9	5,2	4,2	3,7	3,8	4,4
ROMANYA	4,4	7,9	5,4	5,0	4,1	5,7
PAY %	2,7	4,7	2,8	2,5	2,0	3,1
BULGARİSTAN	1,4	3,9	2,7	1,5	1,2	3,9
PAY %	0,9	2,4	1,4	0,8	0,6	2,1
DİĞER AB ÜLKELERİ	20,8	22,6	24,5	22,0	22,0	17,6
PAY %	12,9	13,5	12,6	11,2	10,6	9,5
BOSNA HERSEK	0,0	0,1	13,4	16,2	16,0	17,8
PAY %	0,0	0,1	6,9	8,2	7,7	9,6
BANGLADEŞ	4,6	5,1	5,3	3,8	5,6	9,4
PAY %	2,8	3,1	2,7	1,9	2,7	5,1
HİNDİSTAN	9,2	13,3	12,7	11,0	12,6	6,4
PAY %	5,7	7,9	6,5	5,6	6,1	3,5
DİĞER ÜLKELER	51,3	34,3	39,0	35,3	34,2	27,4
PAY %	31,8	20,5	20,0	18,0	16,5	14,8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin tüm dünyadan hazır eşya ithalatı 2012-2017 yılları arasında %15 oranında artmıştır. Bu yıllar arasında Çin'den hazır eşya ithalatı %35,5 oranında artarken Avrupa Birliği'nden ithalat %19,7 oranında artmıştır.

Tablo 35: Ülke Bazında Hazır Eşya İthalatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
HAZIR EŞYALAR	3,8	16,4	0,9	5,5	-10,5	15,0
ÇİN	12,7	18,5	15,3	6,8	-17,7	35,5
AB ÜLKELERİ	28,7	-4,8	-13,1	6,3	5,9	19,7
İTALYA	12,9	0,6	-22,0	73,7	30,6	100,9
ALMANYA	37,8	-5,9	-10,5	8,4	2,8	29,3
ROMANYA	81,3	-32,3	-7,0	-18,0	39,3	30,3
BULGARİSTAN	184,2	-31,6	-42,5	-23,7	229,4	180,7
DİĞER AB ÜLKELERİ	8,3	8,6	-10,1	-0,1	-19,8	-15,3
BOSNA HERSEK	596,3	9.273,8	20,7	-1,0	11,3	86.700,7
BANGLADEŞ	12,2	4,1	-28,8	46,5	68,9	105,9
HİNDİSTAN	44,0	-4,4	-13,8	14,6	-49,0	-30,6
DİĞER ÜLKELER	-33,1	13,6	-9,4	-3,1	-19,8	-46,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Alt Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim İhracatı

Alt ürün grupları bazında hazır giyim ürünleri ihracatı incelendiğinde, ülkemizin en fazla tişört, kazak, hırka gibi örme ürünlerini ihraç ettiği görülmektedir. Bu ürünler, toplam örme ve dokuma hazır giyim ihracatında %36,3 oranında paya sahiptir.

Kadın giyim, toplam örme ve dokuma hazır giyim ihracatında %32,5 oranında pay ile ikinci sırada ve erkek giyim ise %13,3 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Denim giyim, %11,5 pay ile ihracatında dördüncü büyük alt ürün grubu olurken, çorap %7,2 ile beşinci ve iç giyim ise %4,6 ile altıncı büyük alt ürün grubu olarak sıralanmaktadır.

Tablo 36: Alt Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ÖRME VE DOKUMA HAZIRGIYIM	13.969	15.003	16.310	14.873	14.830	14.834
ÖRME (TİŞÖRT, TRİKO VB.) GİYİM	5.121,2	5.636,7	6.050,9	5.252,4	5.267,2	5.386,4
PAY %	36,7	37,6	37,1	35,3	35,5	36,3
KADIN GİYİM	4.485,6	4.675,7	5.118,2	4.765,7	4.740,3	4.818,0
PAY %	32,1	31,2	31,4	32,0	32,0	32,5
ERKEK GİYİM	2.015,3	2.030,1	2.191,7	2.096,7	2.082,2	1.972,8
PAY %	14,4	13,5	13,4	14,1	14,0	13,3
DENİM GİYİM	1.492,7	1.599,4	1.678,3	1.573,5	1.599,0	1.702,4
PAY %	10,7	10,7	10,3	10,6	10,8	11,5
ÇORAP	1.001,7	1.160,0	1.227,4	1.032,3	1.042,8	1.064,6
PAY %	7,2	7,7	7,5	6,9	7,0	7,2
İÇ GİYİM	665,3	727,3	808,4	807,0	739,6	685,6
PAY %	4,8	4,8	5,0	5,4	5,0	4,6
DIŞ GİYİM	268,1	285,2	340,8	308,0	283,1	269,8
PAY %	1,9	1,9	2,1	2,1	1,9	1,8
BEBEK GİYİM	162,6	198,3	222,7	233,0	270,1	255,6
PAY %	1,2	1,3	1,4	1,6	1,8	1,7
SPOR VE YÜZME GİYİM	147,9	170,5	207,1	213,9	217,9	217,2
PAY %	1,1	1,1	1,3	1,4	1,5	1,5
AKSESUAR VE DİĞER GİYİM	101,7	119,7	143,1	163,8	186,8	164,2
PAY %	0,7	0,8	0,9	1,1	1,3	1,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatımızda alt ürün gruplarının son beş yıl içindeki ihracat artış eğilimleri incelendiğinde, en fazla ihracat artışının %61,4 ile aksesuar ve diğer giyim ihracatında kaydedildiği görülmektedir. %57,2 ile bebek giyim, %46,9 ile spor ve yüzme giyim ve %14,1 ile denim giyim son beş yılda en fazla ihracat artışı kaydedilen diğer alt ürün gruplarıdır.

Kadın giyimde son beş yıl içinde ihracatın %7,4 artması, öte yandan erkek giyimde %2,1 oranında gerilemesi dikkat çekmektedir. En fazla ihracat yapılan alt ürün grubu olan örme giyimde ise ihracat artışı %5,2 olarak kaydedilmiş ve bu ürün grubu, toplam hazırgiyim ihracatımızdaki önemini korumaya devam etmiştir.

Tablo 37: Alt Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ÖRME VE DOKUMA HAZIRGIYIM	7,4	8,7	-8,8	-0,3	0,0	6,2
ÖRME (TŞÖRT, TRİKO VB.) GİYİM	10,1	7,3	-13,2	0,3	2,3	5,2
KADIN GİYİM	4,2	9,5	-6,9	-0,5	1,6	7,4
ERKEK GİYİM	0,7	8,0	-4,3	-0,7	-5,3	-2,1
DENİM GİYİM	7,1	4,9	-6,2	1,6	6,5	14,1
ÇORAP	15,8	5,8	-15,9	1,0	2,1	6,3
İÇ GİYİM	9,3	11,2	-0,2	-8,4	-7,3	3,0
DIŞ GİYİM	6,4	19,5	-9,6	-8,1	-4,7	0,6
BEBEK GİYİM	22,0	12,3	4,6	15,9	-5,4	57,2
SPOR VE YÜZME GİYİM	15,3	21,5	3,3	1,9	-0,3	46,9
AKSESUAR VE DİĞER GİYİM	17,7	19,5	14,5	14,0	-12,1	61,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Örme giyim (tişört, triko vb.) ihracatı

Tişört, kazak, hırka ve triko gibi ürünlerin dahil olduğu örme giyim ihracatımızda en önemli ihracat pazarı, %23,2 pay ile toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatımızda da olduğu gibi Almanya'dır. Irak hariç olmak üzere ilk on ülkenin dokuzu AB ülkesidir.

Tablo 38: Ülke Bazında Örme (Tişört, Triko vb.) Giyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ÖRME (TİŞÖRT, TRİKO VB.) GİYİM	5.121,2	5.636,7	6.050,9	5.252,4	5.267,2	5.386,4
ALMANYA	1.234,2	1.385,6	1.548,7	1.201,1	1.192,1	1.251,5
PAY %	24,1	24,6	25,6	22,9	22,6	23,2
İNGİLTERE	786,6	744,5	879,2	781,5	762,7	732,0
PAY %	15,4	13,2	14,5	14,9	14,5	13,6
İSPANYA	470,1	498,7	487,0	476,9	469,3	567,9
PAY %	9,2	8,8	8,0	9,1	8,9	10,5
HOLLANDA	254,6	267,7	283,6	246,1	230,8	280,9
PAY %	5,0	4,7	4,7	4,7	4,4	5,2
FRANSA	356,2	374,3	367,1	288,8	255,9	263,5
PAY %	7,0	6,6	6,1	5,5	4,9	4,9
IRAK	223,6	314,2	341,3	248,6	166,1	245,0
PAY %	4,4	5,6	5,6	4,7	3,2	4,5
İTALYA	274,1	263,6	264,7	231,9	230,2	206,8
PAY %	5,4	4,7	4,4	4,4	4,4	3,8
BELÇİKA	142,6	159,2	157,0	140,7	151,9	143,3
PAY %	2,8	2,8	2,6	2,7	2,9	2,7
POLONYA	106,4	96,0	116,5	116,3	150,0	122,9
PAY %	2,1	1,7	1,9	2,2	2,8	2,3
DANİMARKA	174,1	176,4	179,6	131,3	123,3	115,0
PAY %	3,4	3,1	3,0	2,5	2,3	2,1
DİĞER ÜLKELER	1.098,7	1.356,5	1.426,2	1.389,1	1.534,9	1.457,8
PAY %	21,5	24,1	23,6	26,4	29,1	27,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Örme giyim alt ürün grubunda son beş yıl içinde en fazla ihracat artışı İspanya'ya yapılan ihracatta kaydedilmiştir. Hollanda ve Polonya, ihracat artışında öne çıkan diğer ülkelerdir.

Tablo 39: Ülke Bazında Örme (Tişört, Triko vb.) Giyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ÖRME (TİŞÖRT, TRIKO VB.) GİYİM	10,1	7,3	-13,2	0,3	2,3	5,2
ALMANYA	12,3	11,8	-22,4	-0,7	5,0	1,4
İNGİLTERE	-5,4	18,1	-11,1	-2,4	-4,0	-6,9
İSPANYA	6,1	-2,3	-2,1	-1,6	21,0	20,8
HOLLANDA	5,1	6,0	-13,3	-6,2	21,7	10,3
FRANSA	5,1	-1,9	-21,3	-11,4	3,0	-26,0
IRAK	40,6	8,6	-27,1	-33,2	47,5	9,6
İTALYA	-3,8	0,4	-12,4	-0,7	-10,2	-24,5
BELÇİKA	11,6	-1,4	-10,4	8,0	-5,7	0,4
POLONYA	-9,7	21,4	-0,2	29,0	-18,1	15,5
DANİMARKA	1,3	1,8	-26,9	-6,1	-6,8	-34,0
DİĞER ÜLKELER	23,5	5,1	-2,6	10,5	-5,0	32,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Kadın giyim ürünleri ihracatı

Kadın giyim ihracatında, yine AB ülkeleri öne çıkarken, ilk on büyük ihracat pazarları arasında Irak ve İsrail AB üyesi olamayan ülkeler olarak dikkat çekmektedir. En fazla kadın giyim ihracatı %18,7 pay ile İspanya'ya yapılmaktadır.

Tablo 40: Ülke Bazında Kadın Giyim Ürünleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
KADIN GİYİM	4.485,6	4.675,7	5.118,2	4.765,7	4.740,3	4.818,0
İSPANYA	513,3	506,9	639,9	696,0	724,9	900,4
PAY %	11,4	10,8	12,5	14,6	15,3	18,7
ALMANYA	972,1	978,3	1.014,8	833,1	837,9	838,0
PAY %	21,7	20,9	19,8	17,5	17,7	17,4
İNGİLTERE	750,4	726,6	821,4	740,5	646,9	635,5
PAY %	16,7	15,5	16,0	15,5	13,6	13,2
HOLLANDA	285,3	285,6	283,2	231,3	214,4	227,5
PAY %	6,4	6,1	5,5	4,9	4,5	4,7
POLONYA	88,9	147,4	213,0	204,4	264,4	179,7
PAY %	2,0	3,2	4,2	4,3	5,6	3,7
IRAK	26,4	38,5	80,5	190,3	126,7	174,3
PAY %	0,6	0,8	1,6	4,0	2,7	3,6
DANİMARKA	164,5	175,1	181,2	148,4	162,3	155,4
PAY %	3,7	3,7	3,5	3,1	3,4	3,2
FRANSA	207,7	196,6	201,8	146,5	149,6	140,1
PAY %	4,6	4,2	3,9	3,1	3,2	2,9
İTALYA	175,2	166,5	155,9	132,0	133,4	129,7
PAY %	3,9	3,6	3,0	2,8	2,8	2,7
İSRAİL	60,2	70,6	84,6	95,4	116,8	126,3
PAY %	1,3	1,5	1,7	2,0	2,5	2,6
DİĞER ÜLKELER	1.241,6	1.383,6	1.441,7	1.347,9	1.363,1	1.311,2
PAY %	27,7	29,6	28,2	28,3	28,8	27,2

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Kadın giyim ihracatında son beş yıl içinde en fazla ihracat artışı yaşanan ülkeler ise Irak, İsrail, Polonya ve İspanya'dır.

Tablo 41: Ülke Bazında Kadın Giyim Ürünleri İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
KADIN GİYİM	4,2	9,5	-6,9	-0,5	1,6	7,4
İSPANYA	-1,3	26,2	8,8	4,2	24,2	75,4
ALMANYA	0,6	3,7	-17,9	0,6	0,0	-13,8
İNGİLTERE	-3,2	13,1	-9,9	-12,6	-1,8	-15,3
HOLLANDA	0,1	-0,8	-18,3	-7,3	6,1	-20,3
POLONYA	65,7	44,6	-4,1	29,4	-32,0	102,0
IRAK	46,1	109,1	136,4	-33,4	37,6	561,2
DANİMARKA	6,5	3,5	-18,1	9,4	-4,3	-5,5
FRANSA	-5,3	2,7	-27,4	2,1	-6,4	-32,5
İTALYA	-4,9	-6,4	-15,4	1,1	-2,7	-26,0
İSRAİL	17,3	19,9	12,7	22,4	8,1	109,7
DİĞER ÜLKELER	11,4	4,2	-6,5	1,1	-3,8	5,6

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Erkek giyim ihracatı

İspanya, kadın giyime benzer şekilde erkek giyimde de en fazla ihracat yapılan ülke olarak dikkat çekmektedir. Öte yandan, ilk on büyük ihracat pazarı arasında Irak, ABD ve Rusya Federasyonu, AB üyesi olmayan ihracat pazarları olarak sıralanmaktadır.

Tablo 42: Ülke Bazında Erkek Giyim Ürünleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ERKEK GİYİM	2.015,3	2.030,1	2.191,7	2.096,7	2.082,2	1.972,8
İSPANYA	256,4	279,5	313,3	318,5	369,7	410,7
PAY %	12,7	13,8	14,3	15,2	17,8	20,8
ALMANYA	284,2	269,2	266,0	249,7	259,6	263,5
PAY %	14,1	13,3	12,1	11,9	12,5	13,4
İNGİLTERE	162,1	169,4	185,9	150,8	142,1	131,1
PAY %	8,0	8,3	8,5	7,2	6,8	6,6
HOLLANDA	111,6	123,4	134,6	130,3	115,6	128,6
PAY %	5,5	6,1	6,1	6,2	5,6	6,5
FRANSA	132,4	140,1	152,3	121,8	114,1	106,5
PAY %	6,6	6,9	6,9	5,8	5,5	5,4
DANİMARKA	99,4	94,0	91,3	84,9	95,0	79,7
PAY %	4,9	4,6	4,2	4,0	4,6	4,0
IRAK	63,7	97,2	104,4	99,8	66,0	63,0
PAY %	3,2	4,8	4,8	4,8	3,2	3,2
İTALYA	113,4	97,4	101,8	84,3	73,1	55,1
PAY %	5,6	4,8	4,6	4,0	3,5	2,8
ABD	46,0	47,8	46,0	51,8	63,8	53,6
PAY %	2,3	2,4	2,1	2,5	3,1	2,7
RUSYA FEDERASYONU	67,7	68,6	58,5	44,6	30,6	44,2
PAY %	3,4	3,4	2,7	2,1	1,5	2,2
DİĞER ÜLKELER	678,4	643,4	737,5	760,1	752,7	636,9
PAY %	33,7	31,7	33,6	36,3	36,1	32,3

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Erkek giyim ihracatında son beş yıl içinde birçok ülkeye yapılan ihracatta gerileme kaydedilmiştir. İlk on ihracat pazarları arasında ihracat artışı kaydedilen ülkeler ise İspanya, ABD ve Hollanda'dır.

Tablo 43: Ülke Bazında Erkek Giyim Ürünleri İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ERKEK GİYİM	0,7	8,0	-4,3	-0,7	-5,3	-2,1
İSPANYA	9,0	12,1	1,7	16,1	11,1	60,2
ALMANYA	-5,3	-1,2	-6,1	3,9	1,5	-7,3
İNGİLTERE	4,5	9,7	-18,9	-5,8	-7,7	-19,1
HOLLANDA	10,5	9,1	-3,2	-11,3	11,3	15,2
FRANSA	5,9	8,7	-20,0	-6,3	-6,7	-19,5
DANİMARKA	-5,4	-2,9	-7,0	12,0	-16,2	-19,9
IRAK	52,6	7,4	-4,4	-33,9	-4,6	-1,1
İTALYA	-14,1	4,5	-17,2	-13,3	-24,6	-51,5
ABD	3,9	-3,6	12,5	23,1	-16,0	16,4
RUSYA FEDERASYONU	1,2	-14,7	-23,9	-31,3	44,3	-34,8
DİĞER ÜLKELER	-5,2	14,6	3,1	-1,0	-15,4	-6,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Denim Giyim

Ülkemizin denim giyim ihracatı artış eğilimindedir. 2017 yılında denim giyim ihracatında İspanya en önemli ihracat pazarı olarak öne çıkarken, yine ABD hariç olmak üzere, ilk on büyük ihracat pazarları AB ülkeleridir.

Tablo 44: Ülke Bazında Denim Giyim Ürünleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DENİM GİYİM	1.492,7	1.599,4	1.678,3	1.573,5	1.599,0	1.702,4
İSPANYA	167,7	186,3	212,1	226,5	269,5	328,8
PAY %	11,2	11,7	12,6	14,4	16,9	19,3
ALMANYA	253,5	274,4	294,7	273,5	287,0	307,3
PAY %	17,0	17,2	17,6	17,4	18,0	18,1
İNGİLTERE	170,1	219,6	252,3	237,5	247,2	266,3
PAY %	11,4	13,7	15,0	15,1	15,5	15,6
HOLLANDA	134,6	159,6	163,3	143,9	130,3	160,0
PAY %	9,0	10,0	9,7	9,1	8,1	9,4
DANİMARKA	96,3	98,2	114,4	112,8	121,2	113,3
PAY %	6,5	6,1	6,8	7,2	7,6	6,7
İTALYA	99,4	86,8	79,7	71,1	67,0	65,5
PAY %	6,7	5,4	4,7	4,5	4,2	3,8
FRANSA	54,9	60,6	71,1	56,3	55,6	60,3
PAY %	3,7	3,8	4,2	3,6	3,5	3,5
ABD	24,4	25,2	26,2	33,9	40,2	45,0
PAY %	1,6	1,6	1,6	2,2	2,5	2,6
ÇEK CUMHURİYETİ	70,2	70,9	56,3	40,6	39,0	39,2
PAY %	4,7	4,4	3,4	2,6	2,4	2,3
İSVEÇ	30,9	37,6	36,2	27,6	24,2	33,2
PAY %	2,1	2,4	2,2	1,8	1,5	1,9
DİĞER ÜLKELER	390,8	380,1	372,0	349,7	317,8	283,7
PAY %	26,2	23,8	22,2	22,2	19,9	16,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Denim giyimde son beş yıl içinde ihracat artışı en fazla kaydedilen ülke bu ürün grubunda en büyük ihracat pazarı olan İspanya'dır. İhracat artışında öne çıkan diğer ülkeler ise İngiltere ve ABD'dir.

Tablo 45: Ülke Bazında Denim Giyim Ürünleri İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DENİM GİYİM	7,1	4,9	-6,2	1,6	6,5	14,1
İSPANYA	11,1	13,8	6,8	19,0	22,0	96,0
ALMANYA	8,3	7,4	-7,2	4,9	7,1	21,2
İNGİLTERE	29,1	14,9	-5,9	4,1	7,7	56,6
HOLLANDA	18,6	2,3	-11,9	-9,5	22,8	18,9
DANİMARKA	2,0	16,5	-1,5	7,5	-6,6	17,6
İTALYA	-12,7	-8,1	-10,8	-5,8	-2,2	-34,1
FRANSA	10,4	17,3	-20,7	-1,3	8,3	9,7
ABD	3,2	3,9	29,7	18,6	11,9	84,5
ÇEK CUMHURİYETİ	1,0	-20,6	-27,9	-4,1	0,6	-44,2
İSVEÇ	21,5	-3,8	-23,7	-12,4	37,2	7,2
DİĞER ÜLKELER	-2,7	-2,1	-6,0	-9,1	-10,7	-27,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Çorap

Dünyanın ikinci büyük çorap ihracatçısı olarak öne çıkan ülkemizin çorapta en büyük ihracat pazarı %23 pay ile İngiltere'dir. Çorap ihracatımızda en büyük on ihracat pazarımızın hepsi AB ülkeleridir.

Tablo 46: Ülke Bazında Çorap İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ÇORAP	1.001,7	1.160,0	1.227,4	1.032,3	1.042,8	1.064,6
İNGİLTERE	274,0	282,2	320,7	287,7	252,3	245,3
PAY %	27,4	24,3	26,1	27,9	24,2	23,0
ALMANYA	204,1	235,6	253,8	209,6	225,5	221,8
PAY %	20,4	20,3	20,7	20,3	21,6	20,8
FRANSA	80,7	113,1	129,2	100,9	111,6	114,3
PAY %	8,1	9,7	10,5	9,8	10,7	10,7
HOLLANDA	41,9	54,5	50,8	46,8	47,2	59,3
PAY %	4,2	4,7	4,1	4,5	4,5	5,6
İSPANYA	75,7	90,6	58,9	44,8	48,0	53,0
PAY %	7,6	7,8	4,8	4,3	4,6	5,0
İSVEÇ	34,8	36,3	38,5	25,1	28,0	34,2
PAY %	3,5	3,1	3,1	2,4	2,7	3,2
İTALYA	28,0	38,6	38,3	31,7	34,4	32,7
PAY %	2,8	3,3	3,1	3,1	3,3	3,1
BELÇİKA	33,7	36,0	35,1	30,8	28,7	28,9
PAY %	3,4	3,1	2,9	3,0	2,8	2,7
DANİMARKA	20,8	21,2	24,1	16,1	15,1	15,5
PAY %	2,1	1,8	2,0	1,6	1,5	1,5
POLONYA	17,3	23,0	20,5	18,7	21,9	15,1
PAY %	1,7	2,0	1,7	1,8	2,1	1,4
DİĞER ÜLKELER	190,6	228,9	257,3	220,1	229,9	244,4
PAY %	19,0	19,7	21,0	21,3	22,0	23,0

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Son beş yıl içinde Fransa ve Hollanda'ya çorap ihracatımızdaki artış dikkat çekicidir. Öte yandan, çorapta en büyük ihracat pazarımız olan İngiltere'ye yapılan ihracat gerileme eğilimindedir.

Tablo 47: Ülke Bazında Çorap İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ÇORAP	15,8	5,8	-15,9	1,0	2,1	6,3
İNGİLTERE	3,0	13,7	-10,3	-12,3	-2,8	-10,5
ALMANYA	15,4	7,8	-17,4	7,6	-1,6	8,7
FRANSA	40,2	14,2	-21,9	10,6	2,4	41,7
HOLLANDA	29,9	-6,7	-8,0	1,0	25,5	41,4
İSPANYA	19,7	-35,1	-23,9	7,2	10,3	-30,0
İSVEÇ	4,5	5,8	-34,7	11,7	22,2	-1,5
İTALYA	37,8	-0,7	-17,3	8,6	-5,0	16,9
BELÇİKA	6,8	-2,4	-12,3	-6,8	0,6	-14,2
DANİMARKA	1,8	13,8	-33,3	-5,9	2,7	-25,3
POLONYA	32,9	-10,6	-9,0	17,1	-31,2	-12,8
DİĞER ÜLKELER	20,1	12,4	-14,5	4,5	6,3	28,2

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

İç giyim

İç giyim ihracatımızda Almanya en büyük ihracat pazarı olarak konumlanırken, Irak'ın ikinci büyük ihracat pazarı olması dikkat çekmektedir. İç giyim ihracatımızda ilk on ihracat pazarı arasında Irak'ın yanı sıra Cezayir ve Suudi Arabistan gibi Arap ülkeleri ile ABD yer almaktadır.

Tablo 48: Ülke Bazında İç Giyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
İÇ GİYİM	665,3	727,3	808,4	807,0	739,6	685,6
ALMANYA	120,5	127,9	128,8	95,9	87,0	86,6
PAY %	18,1	17,6	15,9	11,9	11,8	12,6
IRAK	11,0	20,8	27,0	65,8	59,7	74,5
PAY %	1,7	2,9	3,3	8,2	8,1	10,9
İNGİLTERE	74,5	78,0	77,0	65,4	53,6	49,6
PAY %	11,2	10,7	9,5	8,1	7,3	7,2
FRANSA	51,2	55,2	50,0	38,0	33,5	34,3
PAY %	7,7	7,6	6,2	4,7	4,5	5,0
ABD	24,5	22,3	23,7	27,4	27,2	32,1
PAY %	3,7	3,1	2,9	3,4	3,7	4,7
CEZAYİR	23,5	26,8	35,9	33,9	32,6	27,9
PAY %	3,5	3,7	4,4	4,2	4,4	4,1
HOLLANDA	26,0	28,5	29,1	23,4	24,1	26,9
PAY %	3,9	3,9	3,6	2,9	3,3	3,9
SUUDİ ARABİSTAN	9,8	13,4	14,8	15,9	20,7	21,8
PAY %	1,5	1,8	1,8	2,0	2,8	3,2
POLONYA	20,9	19,8	23,1	26,9	37,4	21,1
PAY %	3,1	2,7	2,9	3,3	5,1	3,1
İTALYA	20,5	20,2	19,0	15,5	17,2	19,1
PAY %	3,1	2,8	2,3	1,9	2,3	2,8
DİĞER ÜLKELER	283,0	314,4	380,2	399,0	346,6	291,6
PAY %	42,5	43,2	47,0	49,4	46,9	42,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

İç giyim ihracatımızda son beş yıl içinde en fazla ihracat artışı kaydedilen ülke %576,9 ile Irak olurken, Irak'ı %123 artış ile Suudi Arabistan takip etmektedir. İç giyim ihracatımızda Arap ülkelerinin payı giderek artmaktadır.

Tablo 49: Ülke Bazında İç Giyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
İÇ GİYİM	9,3	11,2	-0,2	-8,4	-7,3	3,0
ALMANYA	6,2	0,7	-25,5	-9,3	-0,4	-28,1
IRAK	89,3	29,3	144,1	-9,3	24,9	576,9
İNGİLTERE	4,7	-1,2	-15,2	-18,0	-7,5	-33,4
FRANSA	7,8	-9,3	-24,0	-11,8	2,2	-33,0
ABD	-8,9	6,2	15,6	-0,7	18,1	31,0
CEZAYİR	13,7	34,0	-5,4	-4,0	-14,3	18,6
HOLLANDA	9,9	1,9	-19,7	3,1	11,6	3,4
SUUDİ ARABİSTAN	36,7	10,4	7,3	30,5	5,5	123,0
POLONYA	-5,0	16,4	16,5	39,1	-43,7	0,9
İTALYA	-1,9	-5,9	-18,1	10,7	11,2	-6,9
DİĞER ÜLKELER	11,1	20,9	5,0	-13,1	-15,9	3,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Dış giyim

Dış giyim ihracatımızda en büyük ihracat pazarları Almanya, İspanya ve İngiltere olarak sıralanırken, ilk on ihracat pazarı arasında AB üyesi olmayan ülkeler olarak Irak, İsrail, Rusya Federasyonu, AB ve Ürdün sıralanmaktadır.

Tablo 50: Ülke Bazında Dış Giyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DIŞ GİYİM	268,1	285,2	340,8	308,0	283,1	269,8
ALMANYA	43,7	47,5	47,7	37,1	28,6	33,7
PAY %	16,3	16,6	14,0	12,1	10,1	12,5
İSPANYA	17,3	15,7	22,3	33,4	19,6	32,1
PAY %	6,5	5,5	6,5	10,8	6,9	11,9
İNGİLTERE	31,9	29,1	37,1	32,7	33,0	24,4
PAY %	11,9	10,2	10,9	10,6	11,6	9,0
IRAK	9,0	14,1	13,1	17,6	15,7	23,8
PAY %	3,3	4,9	3,8	5,7	5,5	8,8
İSRAİL	9,5	13,8	15,6	16,3	17,4	18,2
PAY %	3,5	4,9	4,6	5,3	6,2	6,8
RUSYA FEDERASYONU	18,5	13,9	14,3	11,3	6,5	10,9
PAY %	6,9	4,9	4,2	3,7	2,3	4,0
FRANSA	13,1	11,3	10,6	10,9	9,1	10,1
PAY %	4,9	4,0	3,1	3,5	3,2	3,7
İTALYA	12,9	10,1	11,9	9,8	10,1	8,2
PAY %	4,8	3,5	3,5	3,2	3,6	3,1
ABD	9,0	6,2	6,2	7,1	6,9	5,7
PAY %	3,4	2,2	1,8	2,3	2,4	2,1
ÜRDÜN	2,4	3,4	4,8	6,8	6,1	5,5
PAY %	0,9	1,2	1,4	2,2	2,1	2,1
DİĞER ÜLKELER	100,8	120,1	157,2	125,1	130,2	97,2
PAY %	37,6	42,1	46,1	40,6	46,0	36,0

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Dış giyim ihracatımızda son beş yıl içinde en fazla ihracat artışı %133 artış oranı ile Ürdün’e yapılan ihracatta kaydedilmiş ve bu artış sayesinde Ürdün ilk on büyük ihracat pazarı arasında yer almıştır.

Tablo 51: Ülke Bazında Dış Giyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DIŞ GİYİM	6,4	19,5	-9,6	-8,1	-4,7	0,6
ALMANYA	8,7	0,5	-22,1	-23,1	17,9	-22,9
İSPANYA	-9,5	41,9	49,9	-41,3	63,6	84,8
İNGİLTERE	-8,9	27,7	-11,9	0,8	-26,0	-23,6
IRAK	57,0	-7,1	34,2	-10,9	51,7	164,7
İSRAİL	46,0	12,6	4,4	7,1	4,5	92,1
RUSYA FEDERASYONU	-24,8	3,0	-21,2	-42,1	66,3	-41,2
FRANSA	-13,4	-6,0	2,0	-15,7	10,1	-22,9
İTALYA	-21,9	18,4	-17,7	2,5	-18,1	-36,2
ABD	-31,0	-0,6	15,3	-3,4	-16,9	-36,5
ÜRDÜN	41,0	43,2	40,8	-10,6	-8,4	133,0
DİĞER ÜLKELER	19,1	30,8	-20,4	4,1	-25,3	-3,6

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Bebek giyim

Bebek giyim ihracatımızda İspanya ve Almanya en büyük ihracat pazarları olarak sıralanırken, Irak’a yapılan bebek giyim ihracatındaki artış sayesinde bu ülke üçüncü büyük ihracat pazarı konumuna yükselmiştir.

Tablo 52: Ülke Bazında Bebek Giyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
BEBEK GİYİM	162,6	198,3	222,7	233,0	270,1	255,6
İSPANYA	20,8	20,4	28,1	28,6	33,6	33,7
PAY %	12,8	10,3	12,6	12,3	12,4	13,2
ALMANYA	26,6	33,4	29,0	25,8	30,6	27,4
PAY %	16,4	16,8	13,0	11,1	11,3	10,7
IRAK	4,6	13,8	21,1	32,7	29,2	26,0
PAY %	2,8	6,9	9,5	14,1	10,8	10,2
İNGİLTERE	18,0	17,3	21,6	21,0	20,9	19,5
PAY %	11,1	8,7	9,7	9,0	7,7	7,6
UKRAYNA	1,5	6,7	3,0	6,3	7,7	13,0
PAY %	0,9	3,4	1,3	2,7	2,9	5,1
KIRGIZİSTAN	4,2	7,6	6,9	6,4	8,2	10,5
PAY %	2,6	3,8	3,1	2,7	3,1	4,1
HOLLANDA	6,5	6,9	7,9	6,9	7,9	10,2
PAY %	4,0	3,5	3,6	3,0	2,9	4,0
İSRAİL	1,3	1,8	3,6	4,0	6,1	9,1
PAY %	0,8	0,9	1,6	1,7	2,3	3,6
FRANSA	11,5	12,8	12,7	7,8	10,2	9,0
PAY %	7,1	6,5	5,7	3,3	3,8	3,5
SUUDİ ARABİSTAN	0,4	1,5	1,4	3,2	6,1	8,0
PAY %	0,3	0,8	0,6	1,4	2,3	3,1
DİĞER ÜLKELER	67,1	75,9	87,3	90,5	109,7	89,2
PAY %	41,3	38,3	39,2	38,8	40,6	34,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Son beş yıl içinde bebek giyim ihracatında birçok ülkeye yapılan ihracatta önemli artış oranları kaydedilmiştir. Bu ülkeler arasında Suudi Arabistan, %1.766,9 oranında artış ile dikkat çekmektedir.

Tablo 53: Ülke Bazında Bebek Giyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
BEBEK GİYİM	22,0	12,3	4,6	15,9	-5,4	57,2
İSPANYA	-1,9	37,6	1,6	17,5	0,3	61,8
ALMANYA	25,6	-13,2	-11,2	18,6	-10,3	3,1
IRAK	197,8	53,3	55,1	-11,0	-10,8	462,0
İNGİLTERE	-3,8	24,8	-2,8	-0,7	-6,7	8,1
UKRAYNA	337,3	-56,0	112,6	23,0	67,6	744,1
KIRGIZİSTAN	80,9	-8,7	-8,6	29,7	27,4	149,5
HOLLANDA	6,5	14,1	-13,2	14,6	29,2	56,1
İSRAİL	40,6	107,2	9,2	53,4	49,5	629,7
FRANSA	11,4	-0,7	-38,8	30,4	-11,0	-21,5
SUUDİ ARABİSTAN	254,7	-9,5	131,3	91,3	31,4	1.766,9
DİĞER ÜLKELER	13,2	14,9	3,6	21,3	-18,7	33,0

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Spor ve yüzme giyim

Spor ve yüzme giyim ihracatımızda Almanya ve İngiltere önde gelen ihracat pazarlarıdır. Öte yandan, Kırgızistan, Cezayir ve Azerbaycan gibi yeni ihracat pazarları bu ürün grubunun ihracatında dikkat çekmektedir.

Tablo 54: Ülke Bazında Spor ve Yüzme Giyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
SPOR VE YÜZME GİYİM	147,9	170,5	207,1	213,9	217,9	217,2
ALMANYA	25,9	32,9	31,1	27,3	23,6	26,6
PAY %	17,5	19,3	15,0	12,7	10,8	12,3
İNGİLTERE	12,6	10,7	18,1	15,4	16,0	21,6
PAY %	8,5	6,3	8,7	7,2	7,3	9,9
KIRGIZİSTAN	1,0	1,2	3,5	4,0	2,7	10,7
PAY %	0,7	0,7	1,7	1,9	1,3	4,9
SUUDİ ARABİSTAN	4,5	4,0	4,4	10,1	13,5	10,1
PAY %	3,1	2,4	2,1	4,7	6,2	4,6
FRANSA	9,2	15,2	9,4	7,2	9,8	9,3
PAY %	6,3	8,9	4,6	3,4	4,5	4,3
IRAK	6,2	8,3	7,9	10,4	7,5	8,4
PAY %	4,2	4,9	3,8	4,9	3,5	3,9
HOLLANDA	3,3	4,6	10,0	7,6	8,0	8,4
PAY %	2,2	2,7	4,8	3,5	3,7	3,9
CEZAYİR	7,4	5,8	5,1	5,0	5,8	8,2
PAY %	5,0	3,4	2,5	2,3	2,7	3,8
AZERBAYCAN	0,9	0,7	1,3	1,6	2,6	7,8
PAY %	0,6	0,4	0,6	0,7	1,2	3,6
MACARİSTAN	0,6	0,1	0,9	0,1	0,7	7,3
PAY %	0,4	0,1	0,4	0,0	0,3	3,4
DİĞER ÜLKELER	76,2	87,0	115,3	125,2	127,6	98,8
PAY %	51,5	51,0	55,7	58,5	58,5	45,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Son beş yıl içinde spor ve yüzme giyim ihracatımızda birçok ülkeye yapılan ihracatta artışlar kaydedilirken, en fazla ihracat artışları Macaristan, Kırgızistan ve Azerbaycan'a yapılan ihracatta kaydedilmiştir.

Tablo 55: Ülke Bazında Spor ve Yüzme Giyim İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
SPOR VE YÜZME GİYİM	15,3	21,5	3,3	1,9	-0,3	46,9
ALMANYA	26,9	-5,6	-12,2	-13,4	13,0	2,8
İNGİLTERE	-15,3	69,7	-15,0	4,1	34,8	71,4
KIRGIZİSTAN	17,9	181,8	15,0	-31,9	293,2	923,5
SUUDİ ARABİSTAN	-10,6	9,5	128,9	33,4	-25,5	122,5
FRANSA	64,3	-38,0	-23,2	35,2	-4,9	0,7
IRAK	33,4	-4,4	31,8	-27,9	11,9	35,5
HOLLANDA	39,3	119,5	-24,4	5,4	4,9	155,5
CEZAYİR	-21,7	-12,4	-1,8	16,7	41,1	10,9
AZERBAYCAN	-20,3	85,6	17,0	68,0	196,5	761,7
MACARİSTAN	-79,9	703,3	-89,0	609,7	902,8	1.165,1
DİĞER ÜLKELER	14,2	32,6	8,6	1,9	-22,6	29,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Tekstil Sektörü

Tekstil Sektörü Ürünleri İhracat ve İthalat Rakamları

Ürün grupları bazında 2017 yılında 8,1 milyar \$'lık toplam tekstil sektörü ihracatı içinde en yüksek paya sahip olan alt ürün grubu %30,4'lük pay ve 2,5 milyar \$'lık ihracat değeri ile dokuma kumaş ürünleridir.

Tablo 56: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,8	8,4	8,9	7,9	7,9	8,1
ELYAF	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
PAY %	8,4	7,7	7,2	7,3	7,0	7,6
İPLİK	1,6	1,7	1,8	1,6	1,6	1,8
PAY %	20,4	20,3	20,3	20,1	20,3	22,2
DOKUMA KUMAŞ	2,6	2,8	2,9	2,6	2,5	2,5
PAY %	33,2	33,7	32,6	32,8	31,8	30,4
ÖRME KUMAŞ	1,6	1,7	1,7	1,4	1,5	1,6
PAY %	20,4	20,3	19,1	17,6	19,1	19,2
TEKNİK TEKSTİL	1,4	1,6	1,6	1,4	1,5	1,5
EV TEKSTİLİ	1,8	2,0	2,1	1,8	1,8	1,8

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2014-2015 yılları arasında tüm alt ürün gruplarında %9,6 ile %17,6 arasında değişen oranlarda ihracat düşüşleri yaşanmıştır. 2012-2017 yılları arasındaki ihracat değişim oranlarına bakıldığında ise en yüksek ihracat artış oranı %9,2 ile teknik tekstil ürünlerinde, en yüksek ihracat düşüş oranı ise %6,2 ile elyaf ürünlerinde kaydedilmiştir.

Tablo 57: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,0	5,9	-10,6	-1,0	3,0	3,4
ELYAF	-2,4	-0,8	-8,8	-4,9	11,7	-6,2
İPLİK	6,2	5,9	-11,1	0,0	12,3	12,3
DOKUMA KUMAŞ	8,9	2,4	-10,1	-4,1	-1,5	-5,3
ÖRME KUMAŞ	6,2	0,0	-17,6	7,1	3,6	-2,8
TEKNİK TEKSTİL	9,2	3,1	-9,6	2,2	4,9	9,2
EV TEKSTİLİ	14,6	1,1	-14,4	2,6	0,0	1,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

İthalat açısından ise, tekstil sektöründe ürün grupları bazında ithalat değerlerine göre toplam 9,5 milyar \$ değerindeki tekstil ithalatında en yüksek ithalat değeri 3,5 milyar \$ ile iplik ürünleri ithalatında gerçekleşmiştir.

Tablo 58: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	8,7	9,3	9,7	8,3	8,2	9,5
ELYAF	2,7	3,0	3,1	2,5	2,5	3,1
PAY %	31,0	32,1	31,8	29,8	30,3	32,2
İPLİK	2,9	3,0	3,2	2,9	3,0	3,5
PAY %	33,8	32,2	33,2	34,9	37,1	36,5
DOKUMA KUMAŞ	1,9	1,9	1,9	1,6	1,4	1,5
PAY %	21,5	20,8	19,7	18,9	17,0	16,0
ÖRME KUMAŞ	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5
PAY %	4,1	4,8	4,8	5,2	5,3	5,4
TEKNİK TEKSTİL	1,2	1,4	1,5	1,5	1,6	1,4
EV TEKSTİLİ	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

İhracata paralel olarak 2014-2015 yılları arasında tekstil ürünleri ithalatında %7,5 ile %20,2 oranları arasında düşüşler yaşanmıştır. 2012-2017 yılları arasında ise en yüksek ithalat artış oranı %45,3 ile örme kumaş ürünlerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 59: Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,2	4,4	-14,9	-1,2	16,4	9,6
ELYAF	11,3	3,4	-20,2	0,5	23,5	14,0
İPLİK	2,1	7,7	-10,5	5,0	14,6	18,4
DOKUMA KUMAŞ	3,7	-0,9	-18,5	-11,1	9,6	-18,3
ÖRME KUMAŞ	26,1	4,7	-7,5	0,1	18,7	45,3
TEKNİK TEKSTİL	10,9	6,8	2,0	7,3	-11,6	14,5
EV TEKSTİLİ	18,4	19,5	-13,8	-21,3	-9,5	-13,1

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Tekstil Sektörü Ürünleri İhracat Pazarları ve Tedarikçiler

2017 yılında 8,1 milyar \$'lık ihracat değerine sahip olan tekstil sektöründe en büyük ihracat pazarı %50,3'lük pay ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkelerini %5,6 pay ile İran, %4,1 ile ABD ve %3,3 ile Mısır takip etmektedir.

Tablo 60: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7.839,1	8.387,7	8.885,0	7.947,3	7.866,8	8.101,8
AB ÜLKELERİ	3.463,9	3.835,2	4.068,6	3.693,7	4.016,9	4.072,8
PAY %	44,2	45,7	45,8	46,5	51,1	50,3
İTALYA	690,1	837,5	880,7	746,7	729,9	773,2
PAY %	8,8	10,0	9,9	9,4	9,3	9,5
BULGARİSTAN	264,5	295,6	294,7	309,0	598,3	604,6
PAY %	3,4	3,5	3,3	3,9	7,6	7,5
ALMANYA	411	445,3	451,3	384,9	381,1	419,1
PAY %	5,2	5,3	5,1	4,8	4,8	5,2
İNGİLTERE	299	321,1	365,2	344,1	300,9	317,6
PAY %	3,8	3,8	4,1	4,3	3,8	3,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	1799,3	1799,3	1799,3	1799,3	1799,3	1799,3
PAY %	23,0	21,5	20,3	22,6	22,9	22,2
İRAN	271,9	240,3	341,1	393,9	437,3	450,1
PAY %	3,5	2,9	3,8	5,0	5,6	5,6
A.B.D.	284,7	309,4	328,3	344,1	314,3	334,7
PAY %	3,6	3,7	3,7	4,3	4,0	4,1
MISIR	230,1	253,1	281,5	250,2	228,9	270,3
PAY %	2,9	3,0	3,2	3,1	2,9	3,3
FAS	206,9	218,2	215,4	210,7	218,3	223,8
PAY %	2,6	2,6	2,4	2,7	2,8	2,8
DİĞER ÜLKELER	3381,6	3531,5	3650,1	3054,6	2651,1	2750,1
PAY %	43,1	42,1	41,1	38,4	33,7	33,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012-2017 yılları arasında tekstil ürünleri ihracat değişimi oranlarına göre en yüksek ihracat artışı %128,6 ile Bulgaristan'a ihracatta gerçekleşmiştir.

Tablo 61: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,0	5,9	-10,6	-1,0	3,0	3,4
AB ÜLKELERİ	10,7	6,1	-9,2	8,7	1,4	17,6
İTALYA	21,4	5,2	-15,2	-2,2	5,9	12,0
BULGARİSTAN	11,8	-0,3	4,9	93,6	1,0	128,6
ALMANYA	8,3	1,3	-14,7	-1,0	10,0	2,0
İNGİLTERE	7,4	13,7	-5,8	-12,6	5,5	6,2
DİĞER AB ÜLKELERİ	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
İRAN	-11,6	41,9	15,5	11,0	2,9	65,5
A.B.D.	8,7	6,1	4,8	-8,7	6,5	17,6
MISIR	10,0	11,2	-11,1	-8,5	18,1	17,5
FAS	5,4	-1,3	-2,2	3,6	2,5	8,2
DİĞER ÜLKELER	4,4	3,4	-16,3	-13,2	3,7	-18,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin tekstil sektöründeki en büyük tedarikçisi %18,4 pay ile Çin ve %18,6 ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Bunları 874,1 milyon \$'lık ithalat değeri ve %9,2'lik pay ile Hindistan takip etmektedir.

Tablo 62: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	8.674,5	9.301,6	9.712,9	8.270,4	8.171,0	9.509,7
AB ÜLKELERİ	2.074,4	2.137,2	1.962,2	1.702,1	1.623,2	1.773,0
PAY %	23,9	23,0	20,2	20,6	19,9	18,6
İTALYA	553,2	582,6	559,5	459,9	413,4	422,8
PAY %	6,4	6,3	5,8	5,6	5,1	4,4
ALMANYA	436,9	480,7	445,3	387,7	392,8	399,6
PAY %	5,0	5,2	4,6	4,7	4,8	4,2
YUNANİSTAN	273,0	293,7	208,9	199,3	147,8	216,7
PAY %	3,1	3,2	2,2	2,4	1,8	2,3
DİĞER AB ÜLKELERİ	811,3	780,3	748,4	655,2	669,3	734,0
PAY %	9,4	8,4	7,7	7,9	8,2	7,7
ÇİN	1703,1	1744,1	1903,9	1561,6	1637,3	1753,0
PAY %	19,6	18,8	19,6	18,9	20,0	18,4
HİNDİSTAN	630,4	696,9	849,7	685,0	687,6	874,1
PAY %	7,3	7,5	8,7	8,3	8,4	9,2
ABD	726,2	950,3	993,8	619,7	614,9	831,0
PAY %	8,4	10,2	10,2	7,5	7,5	
ENDONEZYA	636,4	669,6	752,4	699,1	628,6	632,9
PAY %	7,3	7,2	7,7	8,5	7,7	6,7
DİĞER ÜLKELER	2.904,0	3.103,4	3.250,8	3.003,0	2.979,3	3.645,5
PAY %	33,5	33,4	33,5	36,3	36,5	38,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Tekstil ürünleri ithalatında ihracata paralel olarak 2014-2015 yılları arasında öne çıkan ülkelerin hepsinde %7,1 ile %37,6 arasında değişen oranlarda düşüşler yaşanmıştır. 2012-2017 yılları arasında ise Hindistan'a %38,7 oranında bir artış gerçekleşirken Avrupa Birliği ülkelerinden ithalatta %14,5 oranında düşüş görülmektedir.

Tablo 63: Ülke Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	7,2	4,4	-14,9	-1,2	16,4	9,6
AB ÜLKELERİ	3,0	-8,2	-13,3	-4,6	9,2	-14,5
İTALYA	5,3	-3,9	-17,8	-10,1	2,3	-23,6
ALMANYA	10,0	-7,4	-12,9	1,3	1,7	-8,5
YUNANİSTAN	7,6	-28,8	-4,6	-25,8	46,6	-20,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	-3,8	-4,1	-12,5	2,2	9,7	-9,5
ÇİN	2,4	9,2	-18,0	4,9	7,1	2,9
HİNDİSTAN	10,5	21,9	-19,4	0,4	27,1	38,7
ABD	30,9	4,6	-37,6	-0,8	35,2	14,4
ENDONEZYA	5,2	12,4	-7,1	-10,1	0,7	-0,5
DİĞER ÜLKELER	6,9	4,7	-7,6	-0,8	22,4	25,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Elyaf

Türkiye tüm dünyaya 2012 yılında 660,2 milyon \$ değerinde elyaf ihracatı gerçekleştirirken bu rakam 2017 yılında 618,8 milyon \$ olarak hesaplanmıştır. Türkiye'nin elyaf ihracatında en büyük pazarı 244,9 milyon \$'lık ihracat değeri ve %39,6'lık pay ile Avrupa Birliği'dir. Avrupa Birliği'ni 95,8 milyon \$'lık ihracat değeri ve %15,5'lik pay ile İran izlemektedir.

Tablo 64: Ülke Bazında Elyaf İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ELYAF	660,2	644,6	639,1	583,0	554,3	618,8
AB ÜLKELERİ	249,9	280,3	281,8	230,4	215,0	244,9
PAY %	37,9	43,5	44,1	39,5	38,8	39,6
İTALYA	60,2	81,4	80,7	66,0	57,2	60,0
PAY %	9,1	12,6	12,6	11,3	10,3	9,7
ALMANYA	34,6	32,8	29,0	28,3	27,1	41,5
PAY %	5,2	5,1	4,5	4,8	4,9	6,7
İSPANYA	29,3	33,3	31,6	26,1	30,7	30,7
PAY %	4,4	5,2	4,9	4,5	5,5	5,0
İNGİLTERE	16,4	19,4	21,2	15,0	14,5	17,9
PAY %	2,5	3,0	3,3	2,6	2,6	2,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	109,4	113,3	119,4	95,1	85,6	94,8
PAY %	16,6	17,6	18,7	16,3	15,4	15,3
İRAN	93,9	63,3	56,5	59,8	66,0	95,8
PAY %	14,2	9,8	8,8	10,3	11,9	15,5
ÇİN	86,7	96,7	69,2	82,0	42,3	70,2
PAY %	13,1	15,0	10,8	14,1	7,6	11,3
A.B.D	65,2	67,4	73,7	63,3	58,0	55,4
PAY %	9,9	10,5	11,5	10,9	10,5	8,9
MISIR	29,2	22,3	30,9	25,3	23,8	26,1
PAY %	4,4	3,5	4,8	4,3	4,3	4,2
DİĞER ÜLKELER	135,3	114,5	126,9	122,2	149,1	126,5
PAY %	20,5	17,8	19,9	21,0	26,9	20,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin 2012-2017 yılları arasındaki elyaf ihracatı %6,3 oranında azalarak 660,2 milyon \$'dan 618,8 milyon \$'a gerilemiştir. Avrupa Birliği ülkelerine yönelik elyaf ihracatı %2 oranında azalırken İran'a yönelik ihracat %2 oranında artmıştır.

Tablo 65: Ülke Bazında Elyaf İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ELYAF	-2,4	-0,8	-8,8	-4,9	11,6	-6,3
AB ÜLKELERİ	12,2	0,5	-18,3	-6,7	13,9	-2,0
İTALYA	35,1	-0,8	-18,2	-13,2	4,8	-0,4
ALMANYA	-5,0	-11,6	-2,6	-4,1	53,2	20,1
İSPANYA	13,9	-5,2	-17,3	17,4	0,1	4,9
İNGİLTERE	18,4	9,0	-29,3	-3,2	23,9	9,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	3,5	5,3	-20,4	-10,0	10,8	-13,4
İRAN	-32,5	-10,7	5,7	10,5	45,0	2,0
ÇİN	11,5	-28,4	18,4	-48,4	66,0	-19,1
A.B.D	3,4	9,3	-14,0	-8,5	-4,5	-15,1
MISIR	-23,4	38,4	-18,0	-5,9	9,3	-10,6
DİĞER ÜLKELER	-15,4	10,8	-3,7	22,0	-15,2	-6,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye 2012 yılında 2,7 milyar \$ değerinde elyaf ithal ederken 2017 yılında bu rakam 3,1 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Türkiye'nin en büyük elyaf tedarikçisi 2017 yılında 792,4 milyon \$'lık ithalat değeri ile ABD olmuştur. Bu da çok büyük çoğunlukla ABD'nden yapılan pamuk ithalatından kaynaklanmaktadır. ABD'yi 622,2 milyon \$'lık ithalat değeri ve %20,3'lük pay ile Avrupa Birliği ülkeleri izlemektedir.

Tablo 66: Ülke Bazında Elyaf İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ELYAF	2.685,2	2.988,6	3.089,7	2.464,9	2.477,7	3.060,4
A.B.D.	696,6	916,3	964,5	590,2	581,5	792,4
PAY %	25,9	30,7	31,2	23,9	23,5	25,9
AB ÜLKELERİ	788,4	761,5	643,1	561,2	530,6	622,2
PAY %	29,4	25,5	20,8	22,8	21,4	20,3
ALMANYA	213,0	235,7	213,0	174,6	186,6	187,5
PAY %	7,9	7,9	6,9	7,1	7,5	6,1
YUNANİSTAN	251,6	275,3	193,6	181,0	113,2	177,1
PAY %	9,4	9,2	6,3	7,3	4,6	5,8
AVUSTURYA	124,6	98,0	110,9	104,5	127,7	122,6
PAY %	4,6	3,3	3,6	4,2	5,2	4,0
ROMANYA	12,6	15,5	18,9	18,7	19,9	26,3
PAY %	0,5	0,5	0,6	0,8	0,8	0,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	186,6	136,9	106,8	82,5	83,2	108,7
PAY %	6,9	4,6	3,5	3,3	3,4	3,6
ÇİN	351,2	211,2	298,1	224,1	278,7	237,5
PAY %	13,1	7,1	9,6	9,1	11,2	7,8
BREZİLYA	169,5	79,5	61,9	114,6	181,1	174,0
PAY %	6,3	2,7	2,0	4,6	7,3	5,7
TÜRKMENİSTAN	81,3	268,7	288,9	221,8	173,8	136,0
PAY %	3,0	9,0	9,4	9,0	7,0	4,4
DİĞER ÜLKELER	598,2	751,3	833,1	753,0	732,0	1098,2
PAY %	22,3	25,1	27,0	30,5	29,5	35,9

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin dünya genelinde 2012-2017 yılları arasındaki elyaf ithalatı %14 oranında artmıştır. 2014-2015 yılları arasında %20,2 oranında azalan elyaf ithalatı 2016-2017 yılları arasında %23,5 oranında artmıştır.

Türkiye'nin elyaf ithalatındaki en büyük tedarikçisi konumundaki ABD'den ithalatı 2012-2017 yılları arasında %13,7 oranında artarken; ABD'yi takip eden Avrupa Birliği ülkelerinden elyaf ithalatı %21,1 oranında azalmıştır.

Tablo 67: Ülke Bazında Elyaf İthalatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ELYAF	11,3	3,4	-20,2	0,5	23,5	14,0
A.B.D.	31,5	5,3	-38,8	-1,5	36,3	13,7
AB ÜLKELERİ	-3,4	-15,5	-12,7	-5,5	17,3	-21,1
ALMANYA	10,6	-9,6	-18,0	6,9	0,5	-11,9
YUNANİSTAN	9,4	-29,7	-6,5	-37,4	56,4	-29,6
AVUSTURYA	-21,3	13,1	-5,7	22,2	-4,0	-1,6
ROMANYA	22,9	22,0	-1,4	6,6	32,1	108,1
DİĞER AB ÜLKELERİ	-26,6	-22,0	-22,7	0,8	30,7	-41,8
ÇİN	-39,9	41,1	-24,8	24,4	-14,8	-32,4
BREZİLYA	-53,1	-22,2	85,3	58,0	-3,9	2,7
TÜRKMENİSTAN	230,4	7,5	-23,2	-21,6	-21,7	67,3
DİĞER ÜLKELER	25,6	10,9	-9,6	-2,8	50,0	83,6

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

İplik

Türkiye'nin 2012 yılında 1,6 milyar \$ seviyesinde olan iplik ihracatı 2017 yılında 1,8 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. İplik ihracatında 2017 yılında ilk sırada 1,1 milyar \$'lık ihracat değeri ve %61,2'lik pay ile Avrupa Birliği ülkeleri yer almaktadır. Avrupa Birliği ülkeleri içinde en yüksek paya ise 220 milyon \$'lık ihracat değeri ve %12,2'lik pay ile İtalya sahiptir. İran ise 116 milyon \$'lık ihracat değeri ve %6,5'lik pay ile Avrupa Birliği ülkelerini takip etmektedir.

Tablo 68: Ülke Bazında İplik İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
İPLİK	1.640,9	1.741,1	1.783,7	1.608,8	1.635,6	1.796,2
AB ÜLKELERİ	942,2	1.043,2	1.090,3	1.018,1	1.038,3	1.099,2
PAY %	57,4	59,9	61,1	63,3	63,5	61,2
İTALYA	180,1	202,9	208,6	201,2	197,6	220,0
PAY %	11,0	11,7	11,7	12,5	12,1	12,2
İNGİLTERE	118,2	120,7	141,5	128,5	119,6	127,9
PAY %	7,2	6,9	7,9	8,0	7,3	7,1
BELÇİKA	78,5	99,5	112,7	120,3	123,0	118,0
PAY %	4,8	5,7	6,3	7,5	7,5	6,6
HOLLANDA	63,3	74,9	86,1	85,9	94,1	98,2
PAY %	3,9	4,3	4,8	5,3	5,8	5,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	502,0	545,2	541,4	482,1	503,9	535,1
PAY %	30,6	31,3	30,4	30,0	30,8	29,8
İRAN	44,0	34,2	47,6	62,8	95,8	116,0
PAY %	2,7	2,0	2,7	3,9	5,9	6,5
A.B.D	48,1	69,3	78,0	67,7	67,7	93,5
PAY %	2,9	4,0	4,4	4,2	4,1	5,2
MISIR	59,3	67,4	78,3	84,9	59,7	76,2
PAY %	3,6	3,9	4,4	5,3	3,7	4,2
BEYAZ RUSYA	36,5	39,9	22,9	10,3	22,7	37,3
PAY %	2,2	2,3	1,3	0,6	1,4	2,1
DİĞER ÜLKELER	510,8	487,0	466,6	365,0	351,2	374,0
PAY %	31,1	28,0	26,2	22,7	21,5	20,8

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin iplik ürünleri ihracatı 2012-2017 yılları arasında %9,5 oranında artmıştır. İplik ürünleri ihracatında en büyük ihracat pazarı konumundaki Avrupa Birliği ülkelerine yönelik ihracat aynı yıllar içinde %16,7 oranında artarken İran'a yönelik ihracatta yaşanan %163,5 oranındaki artış dikkat çekicidir.

Tablo 69: Ülke Bazında İplik İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
İPLİK	6,1	2,4	-9,8	1,7	9,8	9,5
AB ÜLKELERİ	10,7	4,5	-6,6	2,0	5,9	16,7
İTALYA	12,7	2,8	-3,5	-1,8	11,3	22,1
İNGİLTERE	2,1	17,2	-9,2	-6,9	7,0	8,2
BELÇİKA	26,7	13,3	6,8	2,2	-4,1	50,4
HOLLANDA	18,2	15,0	-0,3	9,6	4,4	55,1
DİĞER AB ÜLKELERİ	8,6	-0,7	-11,0	4,5	6,2	6,6
İRAN	-22,4	39,3	31,9	52,6	21,0	163,5
A.B.D	44,3	12,5	-13,3	0,1	38,0	94,4
MISIR	13,6	16,2	8,4	-29,7	27,7	28,5
BEYAZ RUSYA	9,3	-42,8	-54,9	120,4	64,1	2,0
DİĞER ÜLKELER	-4,7	-4,2	-21,8	-3,8	6,5	-26,8

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye 2012 yılında 2,9 milyar \$ değerinde iplik ithalatı gerçekleştirirken 2017 yılında 3,5 milyar \$ değerinde iplik ithalatı gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin iplik ithalatındaki en büyük tedarikçisi 746,9 milyon \$'lık ithalat değeri ve %21,5'lik pay ile Çin yer almaktadır. Çin'i %19,9'luk pay ve 691,5 milyon \$'lık ithalat değeri ile Hindistan izlemektedir.

Tablo 70: Ülke Bazında İplik İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
İPLİK	2.935,3	2.996,1	3.226,0	2.887,0	3.031,0	3.474,1
ÇİN	581,3	601,0	636,4	582,9	681,9	746,9
PAY %	19,8	20,1	19,7	20,2	22,5	21,5
HİNDİSTAN	446,4	484,8	611,8	528,5	552,5	691,5
PAY %	15,2	16,2	19,0	18,3	18,2	19,9
ENDONEZYA	199,4	221,8	306,7	308,6	322,3	364,0
PAY %	6,8	7,4	9,5	10,7	10,6	10,5
BANGLADEŞ	200,7	189,7	209,4	200,3	195,6	279,9
PAY %	6,8	6,3	6,5	6,9	6,5	8,1
AB ÜLKELERİ	310,7	314,1	295,2	255,3	232,4	243,6
PAY %	10,6	10,5	9,2	8,8	7,7	7,0
İTALYA	136,7	128,5	112,0	82,8	75,6	83,5
PAY %	4,7	4,3	3,5	2,9	2,5	2,4
ALMANYA	53,4	53,1	58,2	53,8	44,9	43,6
PAY %	1,8	1,8	1,8	1,9	1,5	1,3
İNGİLTERE	39,7	41,7	48,7	37,4	38,0	38,9
PAY %	1,4	1,4	1,5	1,3	1,3	1,1
İSPANYA	19,5	19,1	15,1	12,5	10,9	13,6
PAY %	0,7	0,6	0,5	0,4	0,4	0,4
DİĞER AB ÜLKELERİ	61,4	71,7	61,2	68,8	63,0	63,9
PAY %	2,1	2,4	1,9	2,4	2,1	1,8
DİĞER ÜLKELER	1196,8	1184,7	1166,6	1011,4	1046,3	1148,1
PAY %	40,8	39,5	36,2	35,0	34,5	33,0

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin tüm dünyadan iplik ithalatı 2012-2017 yılları arasında %18,4 oranında artmıştır. 2014-2015 yılları arasında yaşanan %10,5'lik ithalat düşüşüne karşılık 2016-2017 yılları arasında %14,6 oranında artış yaşanmıştır. 2012-2017 yılları arasında Türkiye'nin en önemli iplik tedarikçisi konumundaki Çin'den ithalatı %28,5 oranında artarken ikinci en büyük tedarikçi konumundaki Hindistan'dan ithalatı ise %54,9 oranında artmıştır.

Tablo 71: Ülke Bazında İplik İthalatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
İPLİK	2,1	7,7	-10,5	5,0	14,6	18,4
ÇİN	3,4	5,9	-8,4	17,0	9,5	28,5
HİNDİSTAN	8,6	26,2	-13,6	4,5	25,2	54,9
ENDONEZYA	11,3	38,3	0,6	4,4	12,9	82,6
BANGLADEŞ	-5,5	10,4	-4,4	-2,3	43,1	39,5
AB ÜLKELERİ	1,1	-6,0	-13,5	-9,0	4,8	-21,6
İTALYA	-6,0	-12,9	-26,1	-8,7	10,6	-38,9
ALMANYA	-0,6	9,7	-7,5	-16,6	-2,9	-18,3
İNGİLTERE	5,0	16,8	-23,1	1,5	2,4	-2,1
İSPANYA	-1,8	-21,0	-17,1	-12,6	24,5	-30,1
DİĞER AB ÜLKELERİ	16,8	-14,6	12,3	-8,4	1,5	4,1
DİĞER ÜLKELER	-1,0	-1,5	-13,3	3,5	9,7	-4,1

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Dokuma Kumaş

Türkiye'nin 2012 yılında 2,6 milyar \$ değerinde gerçekleştirdiği dokuma kumaş ihracatı 2017 yılında 2,5 milyar \$ seviyesine gelmiştir. Bu ihracat değeri içinde en yüksek paya 1,1 milyar \$'lık ihracat değeri ve %46,2'lik pay ile Avrupa Birliği ülkeleri sahiptir.

Tablo 72: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DOKUMA KUMAŞ	2.599,0	2.830,7	2.899,9	2.606,2	2.498,2	2.460,9
AB ÜLKELERİ	1.070,3	1.191,6	1.236,4	1.139,0	1.219,3	1.137,8
PAY %	41,2	42,1	42,6	43,7	48,8	46,2
İTALYA	169,6	198,1	204,4	165,9	162,8	158,7
PAY %	6,5	7,0	7,0	6,4	6,5	6,4
BULGARİSTAN	59,3	59,3	59,9	78,2	176,2	149,7
PAY %	2,3	2,1	2,1	3,0	7,1	6,1
ALMANYA	169,5	189,9	187,9	153,9	141,0	148,6
PAY %	6,5	6,7	6,5	5,9	5,6	6,0
İSPANYA	97,6	104,6	128,2	133,8	154,7	134,7
PAY %	3,8	3,7	4,4	5,1	6,2	5,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	574,3	639,6	656,0	607,1	584,7	546,1
PAY %	22,1	22,6	22,6	23,3	23,4	22,2
FAS	128,2	116,6	113,5	112,6	121,5	126,4
PAY %	4,9	4,1	3,9	4,3	4,9	5,1
TUNUS	113,8	128,3	123,4	103,4	106,4	101,2
PAY %	4,4	4,5	4,3	4,0	4,3	4,1
A.B.D	90,0	93,6	89,7	107,8	94,8	87,2
PAY %	3,5	3,3	3,1	4,1	3,8	3,5
İRAN	72,5	66,8	89,6	85,8	92,6	79,0
PAY %	2,8	2,4	3,1	3,3	3,7	3,2
DİĞER ÜLKELER	1124,2	1233,8	1247,3	1057,6	863,5	929,2
PAY %	43,3	43,6	43,0	40,6	34,6	37,8

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin 2012 yılında 2,6 milyar \$ değerindeki dokuma kumaş ihracatı 2017 yılında %5,3 oranında azalarak 2,5 milyar \$ değerine gerilemiştir. Türkiye'nin dokuma kumaş ihracatında en yüksek paya sahip olan Avrupa Birliği ülkelerine yönelik ihracat %6,3 oranında artmıştır.

Tablo 73: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DOKUMA KUMAŞ	8,9	2,4	-10,1	-4,1	-1,5	-5,3
AB ÜLKELERİ	11,3	3,8	-7,9	7,1	-6,7	6,3
İTALYA	16,8	3,2	-18,8	-1,9	-2,5	-6,5
BULGARİSTAN	0,0	1,0	30,5	125,3	-15,0	152,3
ALMANYA	12,1	-1,1	-18,1	-8,4	5,4	-12,3
İSPANYA	7,2	22,5	4,4	15,6	-12,9	38,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	11,4	2,6	-7,4	-3,7	-6,6	-4,9
FAS	-9,1	-2,6	-0,8	7,9	4,0	-1,4
TUNUS	12,7	-3,8	-16,2	2,9	-4,9	-11,1
A.B.D	4,0	-4,1	20,1	-12,0	-8,1	-3,1
İRAN	-7,9	34,1	-4,2	7,9	-14,7	9,0
DİĞER ÜLKELER	9,8	1,1	-15,2	-18,4	7,6	-17,3

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye 2012 yılında 1,9 milyar \$ değerinde dokuma kumaş ithal ederken 2017 yılında bu değer 1,5 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Türkiye'nin dokuma kumaş ithalatında en büyük tedarikçisi 382,4 milyon \$'lık ithalat değeri ve %25,1'lik pay ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkeleri içinde en yüksek paya ise 187,3 milyon \$'lık ithalat değeri ve %12,3'lük pay ile İtalya sahiptir. 2017 yılında Çin'den 219,2 milyon \$ değerinde dokuma kumaş ithalatı gerçekleştirilmiş ve böylece Çin Türkiye'nin dokuma kumaş ithalatında %14,4 paya sahip olmuştur.

Tablo 74: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DOKUMA KUMAŞ	1.866,3	1.935,4	1.917,7	1.563,7	1.389,9	1.523,9
AB ÜLKELERİ	466,9	488,6	466,6	383,4	367,6	382,4
PAY %	25,0	25,2	24,3	24,5	26,4	25,1
İTALYA	250,8	264,5	249,0	210,4	176,9	187,3
PAY %	13,4	13,7	13,0	13,5	12,7	12,3
İSPANYA	66,4	63,0	62,1	51,2	57,0	51,7
PAY %	3,6	3,3	3,2	3,3	4,1	3,4
ALMANYA	37,8	34,9	35,0	28,9	36,3	37,1
PAY %	2,0	1,8	1,8	1,8	2,6	2,4
YUNANİSTAN	16,1	12,6	9,9	10,7	22,4	30,7
PAY %	0,9	0,7	0,5	0,7	1,6	2,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	95,9	113,5	110,7	82,0	74,9	75,7
PAY %	5,1	5,9	5,8	5,2	5,4	5,0
ÇİN	375,1	446,9	395,9	246,2	185,0	219,2
PAY %	20,1	23,1	20,6	15,7	13,3	14,4
MISIR	59,3	105,7	115,7	154,9	141,5	196,7
PAY %	3,2	5,5	6,0	9,9	10,2	12,9
ENDONEZYA	367,8	350,0	351,4	284,9	229,7	149,5
PAY %	19,7	18,1	18,3	18,2	16,5	9,8
PAKİSTAN	179,9	137,8	132,7	100,0	92,2	127,2
PAY %	9,6	7,1	6,9	6,4	6,6	8,3
DİĞER ÜLKELER	417,4	406,4	455,4	394,3	374,0	449,0
PAY %	22,4	21,0	23,7	25,2	26,9	29,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin dokuma kumaş ithalatı 2012-2017 yılları arasında %18,3 oranında azalmıştır. Özellikle Avrupa Birliği ülkelerinden ithalatta yaşanan %18,1'lik ve Çin'den ithalatta yaşanan %41,6'lık düşüşün bu düşüş rakamında etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 75: Ülke Bazında Dokuma Kumaş İthalatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DOKUMA KUMAŞ	3,7	-0,9	-18,5	-11,1	9,6	-18,3
AB ÜLKELERİ	4,6	-4,5	-17,8	-4,1	4,0	-18,1
İTALYA	5,5	-5,9	-15,5	-15,9	5,8	-25,3
İSPANYA	-5,1	-1,4	-17,5	11,2	-9,3	-22,2
ALMANYA	-7,5	0,3	-17,4	25,6	2,1	-1,8
YUNANİSTAN	-21,4	-21,8	8,8	109,0	36,7	90,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	18,3	-2,5	-25,9	-8,7	1,1	-21,0
ÇİN	19,1	-11,4	-37,8	-24,9	18,5	-41,6
MISIR	78,3	9,5	33,8	-8,7	39,0	231,8
ENDONEZYA	-4,8	0,4	-18,9	-19,4	-34,9	-59,4
PAKİSTAN	-23,4	-3,7	-24,6	-7,9	37,9	-29,3
DİĞER ÜLKELER	-2,6	12,1	-13,4	-5,1	20,1	7,6

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Örme Kumaş

Türkiye 2012 yılında 1,6 milyar \$ değerinde örme kumaş ihraç ederken bu rakam 2017 yılında da değişmeyerek 1,6 milyar \$ olarak kalmıştır. Türkiye'nin 2017 yılında örme kumaş ihracatındaki en büyük pazarı %59,8'lik pay ve 929,8 milyon \$'lık ihracat değeri ile Avrupa Birliği ülkeleridir.

Tablo 76: Ülke Bazında Örme Kumaş İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ÖRME KUMAŞ	1.580,1	1.685,2	1.701,1	1.442,1	1.501,6	1.554,3
AB ÜLKELERİ	681,5	798,4	859,3	750,5	914,8	929,8
PAY %	43,1	47,4	50,5	52,0	60,9	59,8
BULGARİSTAN	102,5	114,2	122,5	131,3	241,2	264,4
PAY %	6,5	6,8	7,2	9,1	16,1	17,0
İTALYA	242,3	311,6	330,3	258,9	251,5	260,8
PAY %	15,3	18,5	19,4	18,0	16,8	16,8
ROMANYA	85,2	93,9	94,7	70,8	71,3	64,9
PAY %	5,4	5,6	5,6	4,9	4,7	4,2
YUNANİSTAN	63,1	71,6	75,1	56,7	60,7	62,7
PAY %	4,0	4,2	4,4	3,9	4,0	4,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	188,4	207,1	236,7	232,8	290,1	277,1
PAY %	11,9	12,3	13,9	16,1	19,3	17,8
SİRBİSTAN	42,1	48,7	48,3	43,0	51,4	54,8
PAY %	2,7	2,9	2,8	3,0	3,4	3,5
MOLDAVYA	7,8	16,5	36,6	24,2	81,8	53,5
PAY %	0,5	1,0	2,2	1,7	5,4	3,4
MISIR	23,0	22,9	29,1	28,8	31,6	45,3
PAY %	1,5	1,4	1,7	2,0	2,1	2,9
UKRAYNA	71,4	115,0	121,9	59,1	39,9	40,5
PAY %	4,5	6,8	7,2	4,1	2,7	2,6
DİĞER ÜLKELER	754,4	683,8	605,8	536,5	382,1	430,5
PAY %	47,7	40,6	35,6	37,2	25,4	27,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin 2012-2017 yılları arasında örme kumaş ihracatı %1,6 oranında azalmıştır. Avrupa Birliği ülkelerine yönelik örme kumaş ihracatı bu yıllar arasında %36,4 oranında artarak 929,8 milyon \$ seviyesine yükselmiştir.

Tablo 77: Ülke Bazında Örm Kumaş İhracatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ÖRME KUMAŞ	6,7	0,9	-15,2	4,1	3,5	-1,6
AB ÜLKELERİ	17,2	7,6	-12,7	21,9	1,6	36,4
BULGARİSTAN	11,4	7,3	7,2	83,6	9,6	158,0
İTALYA	28,6	6,0	-21,6	-2,9	3,7	7,6
ROMANYA	10,2	0,9	-25,3	0,8	-9,0	-23,9
YUNANİSTAN	13,4	5,0	-24,5	7,1	3,3	-0,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	10,0	14,3	-1,6	24,6	-4,5	47,1
SİRBİSTAN	15,7	-0,7	-11,1	19,7	6,5	30,2
MOLDAVYA	110,7	122,3	-33,9	238,1	-34,6	583,9
MISIR	-0,5	27,2	-1,0	9,6	43,6	97,2
UKRAYNA	61,2	6,0	-51,5	-32,5	1,5	-43,3
DİĞER ÜLKELER	-9,4	-11,4	-11,4	-28,8	12,7	-42,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin örme kumaş ithalatı 2012 yılında 354,1 milyon \$ değerindeyken 2017 yılında 514,4 milyon \$ değerine ulaşmıştır. Türkiye'nin örme kumaş ithalatında 2017 yılında ilk sırada 263 milyon \$'lık ithalat değeri ve %51,1'lik pay ile Çin yer almaktadır. Çin'i 113,6 milyon \$'lık ithalat değeri ve %22,1'lik pay ile Güney Kore takip etmektedir.

Tablo 78: Ülke Bazında Örm Kumaş İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
ÖRME KUMAŞ	354,1	446,7	467,8	432,9	433,4	514,4
ÇİN	182,7	231,2	256,7	245,7	236,5	263,0
PAY %	51,6	51,8	54,9	56,7	54,6	51,1
GÜNEY KORE	62,8	88,4	90,0	75,6	67,6	113,6
PAY %	17,7	19,8	19,3	17,5	15,6	22,1
AB ÜLKELERİ	66,8	82,6	74,6	73,1	86,7	82,6
PAY %	18,9	18,5	15,9	16,9	20,0	16,1
İTALYA	28,9	29,5	31,4	24,8	28,5	27,6
PAY %	8,2	6,6	6,7	5,7	6,6	5,4
ALMANYA	9,5	18,4	10,9	9,5	13,7	15,4
PAY %	2,7	4,1	2,3	2,2	3,2	3,0
BULGARİSTAN	2,7	3,7	4,2	5,8	5,6	8,4
PAY %	0,8	0,8	0,9	1,3	1,3	1,6
YUNANİSTAN	0,6	0,8	0,9	4,2	9,8	6,4
PAY %	0,2	0,2	0,2	1,0	2,3	1,3
DİĞER AB ÜLKELERİ	25,1	30,3	27,1	28,7	29,0	24,8
PAY %	7,1	6,8	5,8	6,6	6,7	4,8
MISIR	10,5	8,2	3,9	4,0	9,7	16,2
PAY %	3,0	1,8	0,8	0,9	2,2	3,2
İSRAİL	0,7	2,2	5,7	8,4	10,3	15,8
PAY %	0,2	0,5	1,2	1,9	2,4	3,1
DİĞER ÜLKELER	30,6	34,0	36,8	26,1	22,6	23,2
PAY %	8,6	7,6	7,9	6,0	5,2	4,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin örme kumaş ithalatında 2012-2017 yılları arasında %45,3'lük bir artış yaşanmıştır. Bu artışı, Türkiye'nin örme kumaş tedarikinde ilk sırada yer alan Çin'den ithalatta yaşanan %43,9'luk, ikinci sırada yer alan Güney Kore'den ithalatında yaşanan %80,9'luk artışlarla açıklamak mümkündür.

Tablo 79: Ülke Bazında Örme Kumaş İthalatı Değişimi

DEĞER / PAY	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
ÖRME KUMAŞ	26,1	4,7	-7,5	0,1	18,7	45,3
ÇİN	26,5	11,0	-4,3	-3,7	11,2	43,9
GÜNEY KORE	40,8	1,8	-16,0	-10,5	67,9	80,9
AB ÜLKELERİ	23,7	-9,7	-2,0	18,7	-4,7	23,8
İTALYA	2,0	6,5	-20,9	14,9	-3,2	-4,4
ALMANYA	94,5	-40,6	-12,8	43,6	12,8	63,1
BULGARİSTAN	34,8	13,8	37,9	-2,3	48,6	207,1
YUNANİSTAN	33,3	20,1	362,4	131,6	-34,6	1.021,8
DİĞER AB ÜLKELERİ	20,5	-10,4	5,8	1,2	-14,6	-1,4
MISIR	-21,4	-52,1	2,6	140,4	66,9	54,9
İSRAİL	211,0	153,0	48,1	22,2	54,3	2.096,0
DİĞER ÜLKELER	11,2	8,3	-29,2	-13,3	2,4	-24,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Teknik Tekstil Ürünleri

Toplam 1,5 milyar \$'lık ihracat değerine sahip olunan teknik tekstil sektörü ürünlerinde en büyük ihracat pazarı %50,8'lik pay ve 786,8 milyon \$'lık ihracat değeri ile Avrupa Birliği ülkeleridir.

Tablo 80: Ülke Bazında Teknik Tekstil İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
TEKNİK TEKSTİL	1.420,0	1.550,9	1.599,2	1.445,7	1.477,2	1.549,9
AB ÜLKELERİ	739,0	767,9	813,1	730,3	730,5	786,8
PAY %	52,0	49,5	50,8	50,5	49,5	50,8
ALMANYA	155,9	165,3	163,5	139,0	137,8	145,5
PAY %	11,0	10,7	10,2	9,6	9,3	9,4
İTALYA	66,3	70,9	86,4	81,3	82,0	98,7
PAY %	4,7	4,6	5,4	5,6	5,6	6,4
FRANSA	126,8	117,5	105,8	90,4	85,5	86,8
PAY %	8,9	7,6	6,6	6,3	5,8	5,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	390,1	414,2	457,2	419,7	425,2	455,8
PAY %	27,5	26,7	28,6	29,0	28,8	29,4
A.B.D.	58,5	64,2	64,9	72,9	79,3	95,1
PAY %	4,1	4,1	4,1	5,0	5,4	6,1
İRAN	42,6	46,4	63,3	45,1	78,2	77,6
PAY %	3,0	3,0	4,0	3,1	5,3	5,0
MISIR	49,0	65,0	59,0	52,5	44,8	44,8
PAY %	3,4	4,2	3,7	3,6	3,0	2,9
İSRAİL	31,8	30,6	33,6	41,9	47,7	41,2
PAY %	2,2	2,0	2,1	2,9	3,2	2,7
DİĞER ÜLKELER	499,1	576,7	565,4	503,0	496,7	504,4
PAY %	35,1	37,2	35,4	34,8	33,6	32,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin teknik tekstil ihracatında değişim oranlarına bakıldığında 2012-2017 yılları arasında en büyük ihracat artışının %82,2'lik ihracat artış oranı ile İran'a ihracatta yaşandığı görülmektedir. İhracat içerisinde en yüksek paya sahip olan Avrupa Birliği'ne yönelik teknik tekstil ihracatı ise 2012-2017 yılları arasında %6,5 oranında artmıştır.

Tablo 81: Ülke Bazında Teknik Tekstil İhracatı Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
TEKNİK TEKSTİL	9,2	3,1	-9,6	2,2	4,9	9,1
AB ÜLKELERİ	3,9	5,9	-10,2	0,0	7,7	6,5
ALMANYA	6,0	-1,0	-15,0	-0,9	5,6	-6,6
İTALYA	7,0	21,9	-6,0	0,9	20,3	48,9
FRANSA	-7,3	-9,9	-14,6	-5,4	1,6	-31,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	6,2	10,4	-8,2	1,3	7,2	16,8
A.B.D.	9,8	1,1	12,2	8,8	19,9	62,5
İRAN	9,0	36,2	-28,6	73,4	-0,8	82,2
MISIR	32,8	-9,2	-11,1	-14,7	0,2	-8,4
İSRAİL	-3,8	9,6	24,9	13,8	-13,5	29,5
DİĞER ÜLKELER	15,5	-2,0	-11,0	-1,3	1,6	1,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Toplam 1,4 milyar \$ seviyesindeki teknik tekstil ithalatında en büyük tedarikçi 640,9 milyon \$ ve %45,5 ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkelerini %24,6'lık pay ve 346,9 milyon \$'lık ithalat değeri ile Çin takip etmektedir.

Tablo 82: Ülke Bazında Teknik Tekstil İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
TEKNİK TEKSTİL	1.230,7	1.364,8	1.457,5	1.486,7	1.594,9	1.409,7
AB ÜLKELERİ	564,4	625,0	620,8	559,8	578,0	640,9
PAY %	45,9	45,8	42,6	37,7	36,2	45,5
ALMANYA	139,8	164,9	155,8	145,9	134,7	143,0
PAY %	11,4	12,1	10,7	9,8	8,4	10,1
İTALYA	122,6	140,4	142,2	123,2	131,5	121,1
PAY %	10,0	10,3	9,8	8,3	8,2	8,6
ROMANYA	44,3	39,0	36,3	35,7	43,3	67,1
PAY %	3,6	2,9	2,5	2,4	2,7	4,8
DİĞER AB ÜLKELERİ	257,7	280,7	286,5	255,0	268,4	309,7
PAY %	20,9	20,6	19,7	17,2	16,8	22,0
ÇİN	410,6	459,9	487,4	469,9	513,0	346,9
PAY %	33,4	33,7	33,4	31,6	32,2	24,6
HİNDİSTAN	23,7	44,9	74,5	86,2	74,5	59,5
PAY %	1,9	3,3	5,1	5,8	4,7	4,2
ABD	26,2	37,7	35,2	39,3	44,9	47,9
PAY %	2,1	2,8	2,4	2,6	2,8	3,4
MISIR	7,9	19,9	55,3	48,6	42,3	47,5
PAY %	0,6	1,5	3,8	3,3	2,7	3,4
DİĞER ÜLKELER	197,9	177,4	184,4	283,0	342,3	267,0
PAY %	16,1	13,0	12,7	19,0	21,5	18,9

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

2012-2017 yılları arasında teknik tekstil ürünlerinde en yüksek ithalat artış oranı %505,1 ile Mısır'dan olan teknik tekstil ithalatında gerçekleşmiştir. Mısır'ı %150,6'lık artış oranı ile Hindistan takip etmektedir.

Tablo 83: Ülke Bazında Teknik Tekstil İthalatı Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
TEKNİK TEKSTİL	10,9	6,8	2,0	7,3	-11,6	14,5
AB ÜLKELERİ	10,7	-0,7	-9,8	3,2	10,9	13,6
ALMANYA	18,0	-5,5	-6,3	-7,7	6,2	2,3
İTALYA	14,5	1,3	-13,3	6,7	-7,9	-1,3
ROMANYA	-11,9	-6,9	-1,6	21,4	54,8	51,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	8,9	2,1	-11,0	5,3	15,4	20,2
ÇİN	12,0	6,0	-3,6	9,2	-32,4	-15,5
HİNDİSTAN	89,0	66,1	15,6	-13,5	-20,2	150,6
ABD	44,0	-6,6	11,5	14,4	6,5	82,9
MISIR	153,8	177,4	-12,1	-13,0	12,4	505,1
DİĞER ÜLKELER	-10,4	4,0	53,5	20,9	-22,0	34,9

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ev Tekstili Ürünleri

2012 yılında 1,8 milyar \$ olan ev tekstili ihracatı 2,1 milyar \$ ile en yüksek değerine 2014 yılında ulaşmıştır. 2017 yılında toplamda 1,9 milyar \$ değerinde gerçekleşen ev tekstili ihracatında %62,6 pay ve 1,2 milyar \$ değer ile en yüksek ihracat Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirilmiştir.

Tablo 84: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
EV TEKSTİLİ	1.779,3	2.039,1	2.060,9	1.764,0	1.809,9	1.865,7
AB ÜLKELERİ	1.063,7	1.247,6	1.279,6	1.102,4	1.156,9	1.168,2
PAY %	59,8	61,2	62,1	62,5	63,9	62,6
ALMANYA	456,0	516,5	503,4	436,1	409,2	397,4
PAY %	25,6	25,3	24,4	24,7	22,6	21,3
FRANSA	135,1	172,7	161,2	132,1	126,6	129,0
PAY %	7,6	8,5	7,8	7,5	7,0	6,9
İTALYA	77,6	97,7	87,3	75,9	97,2	93,4
PAY %	4,4	4,8	4,2	4,3	5,4	5,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	395,0	460,7	527,8	458,3	523,9	548,5
PAY %	22,2	22,6	25,6	26,0	28,9	29,4
A.B.D.	194,1	200,7	214,3	212,3	235,2	241,1
PAY %	10,9	9,8	10,4	12,0	13,0	12,9
IRAK	47,3	37,4	38,3	34,2	28,0	40,2
PAY %	2,7	1,8	1,9	1,9	1,5	2,2
İSRAİL	20,8	25,8	24,4	27,1	33,9	33,9
PAY %	1,2	1,3	1,2	1,5	1,9	1,8
SUUDİ ARABİSTAN	22,0	22,6	22,8	26,1	29,2	33,7
PAY %	1,2	1,1	1,1	1,5	1,6	1,8
DİĞER ÜLKELER	431,4	505,0	481,4	361,9	326,7	348,7
PAY %	24,2	24,8	23,4	20,5	18,0	18,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012-2017 yılları arasında ülkeler bazında ev tekstili ürünlerinin ihracat değişim oranlarına göre en yüksek ihracat artışı %62,5 ile İsrail'e ve en yüksek ihracat düşüşü ise %15,1 ile Irak'a gerçekleştirilen ihracatta yaşanmıştır.

Tablo 85: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İhracatı Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
EV TEKSTİLİ	14,6	1,1	-14,4	2,6	3,1	4,9
AB ÜLKELERİ	17,3	2,6	-13,9	4,9	1,0	9,8
ALMANYA	13,3	-2,5	-13,4	-6,2	-2,9	-12,9
FRANSA	27,8	-6,7	-18,1	-4,1	1,8	-4,5
İTALYA	25,9	-10,7	-13,0	28,0	-4,0	20,3
DİĞER AB ÜLKELERİ	16,7	14,6	-13,2	14,3	4,7	38,9
A.B.D.	3,4	6,8	-0,9	10,8	2,5	24,2
IRAK	-21,0	2,4	-10,8	-18,1	43,6	-15,1
İSRAİL	24,0	-5,6	11,2	24,9	-0,1	62,5
SUUDİ ARABİSTAN	2,7	1,1	14,5	11,8	15,5	53,5
DİĞER ÜLKELER	17,0	-4,7	-24,8	-9,7	6,8	-19,2

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

İthalat açısından ise, 2012 yılında 147,8 milyon \$ olan ev tekstili ithalatı 2017 yılında 128,4 milyon \$ olarak kaydedilmiştir. Türkiye'nin en büyük ev tekstili tedarikçisi ise %36, pay ve 46,5 milyon \$ ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkelerini %29,2'lik pay ve 37,4 milyon \$'lık pay ile Çin takip etmektedir.

Tablo 86: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
EV TEKSTİLİ	147,8	175,0	209,1	180,2	141,9	128,4
ÇİN	75,0	86,2	91,5	79,2	53,2	37,4
PAY %	50,7	49,3	43,8	44,0	37,5	29,2
AB ÜLKELERİ	22,8	32,3	34,1	36,5	43,7	46,5
PAY %	15,4	18,4	16,3	20,2	30,8	36,2
BULGARİSTAN	2,9	6,8	7,6	14,4	21,7	25,1
PAY %	1,9	3,9	3,6	8,0	15,3	19,5
İTALYA	3,3	4,1	4,3	2,9	3,3	4,9
PAY %	2,2	2,3	2,0	1,6	2,3	3,8
ROMANYA	2,1	3,7	3,7	3,3	2,5	3,4
PAY %	1,4	2,1	1,8	1,8	1,7	2,7
DİĞER AB ÜLKELERİ	14,5	17,8	18,5	15,9	16,3	13,1
PAY %	9,8	10,1	8,9	8,8	11,5	10,2
BOSNA HERSEK	0,1	0,1	13,4	16,1	16,7	18,4
PAY %	0,0	0,1	6,4	8,9	11,8	14,4
HİNDİSTAN	6,6	9,7	7,6	5,9	5,5	4,2
PAY %	4,5	5,5	3,6	3,3	3,9	
BANGLADEŞ	1,8	2,8	1,8	2,3	2,2	2,0
PAY %	1,2	1,6	0,9	1,2	1,5	1,6
DİĞER ÜLKELER	41,5	44,0	60,7	40,3	20,6	19,8
PAY %	28,1	25,1	29,0	22,3	14,5	15,4

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ev tekstili ithalatında 2012-2017 yılları arasında en yüksek artış oranı %30.761’lik artış ile Bosna Hersek’ten ithalatta yaşanırken, en yüksek düşüş oranı %50,1 ile Çin’den ithalatta gerçekleşmiştir.

Tablo 87: Ülkeler Bazında Ev Tekstili İthalatı Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
EV TEKSTİLİ	18,4	19,5	-13,8	-21,3	-9,5	-13,1
ÇİN	15,0	6,2	-13,4	-32,8	-29,7	-50,1
AB ÜLKELERİ	41,7	5,7	6,9	19,9	6,3	104,2
BULGARİSTAN	135,1	11,7	90,1	50,8	15,8	772,3
ALMANYA	24,7	3,9	-32,9	15,4	47,7	48,1
İTALYA	72,5	2,1	-11,5	-25,1	38,4	61,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	22,5	4,5	-14,1	2,3	-19,5	-9,5
BOSNA HERSEK	143,0	9.129,0	20,3	3,5	10,5	30.760,5
HİNDİSTAN	45,8	-21,2	-22,5	-7,1	-24,1	-37,3
BANGLADEŞ	50,1	-35,0	25,1	-4,0	-5,8	10,5
DİĞER ÜLKELER	5,9	38,1	-33,7	-48,8	-4,0	-52,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Deri ve Deri Mamulleri Sektörü

Deri ve Deri Mamulleri Sektörü Ürünleri İhracat ve İthalat Rakamları

2017 yılında deri ve deri mamulleri ihracatı 1,5 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Deri ve deri mamulleri içinde %50,5’lik pay ve 768,6 milyon \$’lık ihracat değeri ile en yüksek paya ayakkabı ürünleri sahiptir.

Tablo 88: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43&64)	1.631,3	1.939,2	1.848,9	1.471,8	1.392,6	1.521,3
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	260,4	311,1	323,7	240,4	237,3	265,4
PAY %	16,0	16,0	17,5	16,3	17,0	17,4
DERİ VE KÜRK GİYİM	570,6	658,6	559,0	361,2	271,6	298,2
PAY %	35,0	34,0	30,2	24,5	19,5	19,6
SARACİYE	248,9	239,7	246,1	198,8	176,4	189,0
PAY %	15,3	12,4	13,3	13,5	12,7	12,4
AYAKKABI	551,4	729,9	720,1	671,5	707,2	768,6
PAY %	33,8	37,6	38,9	45,6	50,8	50,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Ürün grupları bazında ihracat değişimlerine göre, deri ve deri mamulleri sektöründe 2012-2017 yılları arasında en yüksek artış oranı %39,4 ile ayakkabı ürünlerinde ve en yüksek düşük oranı %47,7 ile deri ve kürk giyim ürünlerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 89: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43&64)	18,9	-4,7	-20,4	-5,4	9,2	-6,7
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	19,4	4,1	-25,7	-1,3	11,8	1,9
DERİ VE KÜRK GİYİM	15,4	-15,1	-35,4	-24,8	9,8	-47,7
SARACİYE	-3,7	2,7	-19,2	-11,2	7,2	-24,1
AYAKKABI	32,4	-1,3	-6,7	5,3	8,7	39,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012 yılında 2,1 milyar \$ seviyesinde olan deri ve deri mamulleri ithalatı 2017 yılında 1,3 milyar \$ seviyesine gerilemiştir. %52,8’lik pay ve 676,1 milyon \$ ile en yüksek ithalat değeri ayakkabı ürünlerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 90: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43&64)	2.141,5	2.337,7	2.116,3	1.605,5	1.341,3	1.280,5
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	775,3	775,0	583,3	315,8	252,5	297,6
PAY %	36,2	33,2	27,6	19,7	18,8	23,2
DERİ VE KÜRK GİYİM	128,3	112,1	104,1	100,8	67,4	34,5
PAY %	6,0	4,8	4,9	6,3	5,0	2,7
SARACİYE	374,3	457,7	474,9	394,4	287,0	272,3
PAY %	17,5	19,6	22,4	24,6	21,4	21,3
AYAKKABI	863,7	992,9	953,9	794,6	734,4	676,1
PAY %	40,3	42,5	45,1	49,5	54,8	52,8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ürün grupları bazında deri ve deri mamulleri ithalatına göre 2012-2017 yılları arasında en yüksek ithalat düşüşü %73,1 ile deri ve kürk giyim ürünlerinde gerçekleşmiştir. Bu yıllar arasında tüm alt ürün gruplarında %21,7 ile %73,1 arasında değişen oranlarda düşüşler yaşanmıştır.

Tablo 91: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43&64)	9,2	-9,5	-24,1	-16,5	-4,5	-40,2
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	0,0	-24,7	-45,9	-20,0	17,9	-61,6
DERİ VE KÜRK GİYİM	-12,7	-7,1	-3,2	-33,1	-48,8	-73,1
SARACİYE	22,3	3,8	-17,0	-27,2	-5,1	-27,2
AYAKKABI	15,0	-3,9	-16,7	-7,6	-7,9	-21,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Deri ve Deri Mamulleri Sektörü İhracat Pazarları ve Tedarikçiler

Türkiye'nin deri ve deri mamulleri sektöründe 2017 yılında en büyük ihracat pazarı %40,9 pay ve 622,7 milyon \$ ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkelerini %13,1'lik pay ve 198,9 milyon \$'lık ihracat değeri ile Rusya takip etmektedir.

Tablo 92: Ülke Bazında Deri ve Deri Ürünleri İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43 & 64)	1.631,3	1.939,2	1.848,9	1.471,8	1.392,6	1.521,3
AB ÜLKELERİ	545,8	646,9	652,4	557,7	592,9	622,7
PAY %	33,5	33,4	35,3	37,9	42,6	40,9
ALMANYA	105,9	114,9	127,6	106,6	110,7	121,5
PAY %	6,5	5,9	6,9	7,2	7,9	8,0
İTALYA	127,1	131,7	153,1	108,3	74,3	86,8
PAY %	7,8	6,8	8,3	7,4	5,3	5,7
FRANSA	72,6	73,1	75,2	59,2	62,3	64,6
PAY %	4,4	3,8	4,1	4,0	4,5	4,2
BULGARİSTAN	21,1	22,2	20,6	20,6	51,3	61,6
PAY %	1,3	1,1	1,1	1,4	3,7	4,1
DİĞER AB ÜLKELERİ	219,1	304,9	275,9	263,1	294,4	288,2
PAY %	13,4	15,7	14,9	17,9	21,1	18,9
RUSYA	461,4	543,7	438,3	246,2	113,3	198,9
PAY %	28,3	28,0	23,7	16,7	8,1	13,1
IRAK	85,8	113,9	120,9	130,2	91,1	105,9
PAY %	5,3	5,9	6,5	8,8	6,5	7,0
A.B.D.	30,5	34,8	35,7	34,6	42,0	44,8
PAY %	1,9	1,8	1,9	2,3	3,0	2,9
SUUDİ ARABİSTAN	43,4	43,4	40,8	35,4	40,2	39,5
PAY %	2,7	2,2	2,2	2,4	2,9	2,6
DİĞER ÜLKELER	464,6	556,5	560,9	467,8	513,1	509,5
PAY %	28,5	28,7	30,3	31,8	36,8	33,5

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012-2017 yılları arasında toplam deri ve deri mamulleri ihracatında %6,7'lik gerileme gözlemlenmiştir. Öne çıkan ihracat pazarları içerisinde en yüksek ihracat artışı %46,9 ile Amerika Birleşik Devletleri'ne, en yüksek ihracat düşüşü ise %56,9 ile Rusya'ya ihracatta gerçekleşmiştir.

Tablo 93: Ülke Bazında Deri ve Deri Mamulleri İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43 & 64)	18,9	-4,7	-20,4	-5,4	9,2	-6,7
AB ÜLKELERİ	18,5	0,8	-14,5	6,3	5,0	14,1
ALMANYA	8,5	11,1	-16,5	3,9	9,8	14,7
İTALYA	3,6	16,2	-29,3	-31,4	16,8	-31,7
FRANSA	0,7	2,8	-21,3	5,2	3,7	-11,1
BULGARİSTAN	5,3	-7,2	0,0	149,0	20,1	192,2
DİĞER AB ÜLKELERİ	39,2	-9,5	-4,6	11,9	-2,1	31,6
RUSYA	17,9	-19,4	-43,8	-54,0	75,6	-56,9
IRAK	32,8	6,1	7,7	-30,0	16,3	23,5
A.B.D.	14,1	2,6	-3,1	21,6	6,6	46,9
SUUDİ ARABİSTAN	0,2	-6,1	-13,2	13,4	-1,6	-8,9
DİĞER ÜLKELER	19,8	0,8	-16,6	9,7	-0,7	9,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin 2017 yılı toplam 1,3 milyar \$ değerindeki deri ve deri mamulleri ithalatında en büyük paya sahip olan tedarikçi %30,8'lik pay ve 394,7 milyon \$'lık ihracat değeri ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkelerini 375,9 milyon \$'lık ithalat değeri ve %29,4'lük pay ile Çin izlemektedir.

Tablo 94: Ülke Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43 & 64)	2.141,5	2.337,7	2.116,3	1.605,5	1.341,3	1.280,5
AB ÜLKELERİ	639,0	691,7	563,8	414,2	363,8	394,7
PAY %	29,8	29,6	26,6	25,8	27,1	30,8
İTALYA	257,2	306,4	280,3	233,0	206,7	206,8
PAY %	12,0	13,1	13,2	14,5	15,4	16,1
İSPANYA	128,0	131,5	75,3	45,6	32,1	37,6
PAY %	6,0	5,6	3,6	2,8	2,4	2,9
FRANSA	49,0	51,9	40,4	29,4	28,8	29,5
PAY %	2,3	2,2	1,9	1,8	2,1	2,3
ALMANYA	29,1	29,3	30,1	20,8	18,1	23,3
PAY %	1,4	1,3	1,4	1,3	1,3	1,8
DİĞER AB ÜLKELERİ	175,7	172,7	137,7	85,4	78,0	97,5
PAY %	8,2	7,4	6,5	5,3	5,8	7,6
ÇİN	761,1	877,5	828,4	620,1	448,9	375,9
PAY %	35,5	37,5	39,1	38,6	33,5	29,4
VİETNAM	127,3	160,5	175,3	172,6	178,8	154,4
PAY %	5,9	6,9	8,3	10,8	13,3	12,1
ENDONEZYA	84,7	99,7	92,3	70,0	79,2	70,2
PAY %	4,0	4,3	4,4	4,4	5,9	5,5
HİNDİSTAN	100,1	103,9	87,2	81,6	60,0	49,6
PAY %	4,7	4,4	4,1	5,1	4,5	3,9
DİĞER ÜLKELER	429,2	404,4	369,5	247,0	210,7	235,7
PAY %	20,0	17,3	17,5	15,4	15,7	18,4

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Deri ve deri mamulleri ithalatında 2012-2017 yılları arasında %21,3 ile Vietnam en yüksek ithalat artışı gerçekleşen ülke olurken, Avrupa Birliği ülkelerinden biri olan İspanya'dan ithalat %70,6 oranında gerilemiştir. Tüm deri ve deri mamullerinde 2012-2013 döneminde yaşanan %9,2'lik ithalat artışı diğer dönemlerde yerini düşüşe bırakmıştır.

Tablo 95: Ülke Bazında Deri ve Deri Mamulleri İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DERİ VE DERİ MAMULLERİ (FASIL 41-43 & 64)	9,2	-9,5	-24,1	-16,5	-4,5	-40,2
AB ÜLKELERİ	8,2	-18,5	-26,5	-12,2	8,5	-38,2
İTALYA	19,1	-8,5	-16,9	-11,3	0,0	-19,6
İSPANYA	2,7	-42,7	-39,4	-29,6	16,9	-70,6
FRANSA	5,9	-22,2	-27,2	-1,9	2,5	-39,7
ALMANYA	0,8	2,7	-31,0	-12,9	28,7	-19,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	-1,7	-20,2	-38,0	-8,7	24,9	-44,5
ÇİN	15,3	-5,6	-25,1	-27,6	-16,3	-50,6
VİETNAM	26,0	9,2	-1,5	3,6	-13,6	21,3
ENDONEZYA	17,7	-7,4	-24,2	13,1	-11,4	-17,1
HİNDİSTAN	3,8	-16,1	-6,4	-26,5	-17,3	-50,4
DİĞER ÜLKELER	-5,8	-8,6	-33,1	-14,7	11,9	-45,1

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk

2017 yılında 237,3 milyon \$ olarak hesaplanan Türkiye'nin ham ve işlenmiş deri ve kürk ihracatında öne çıkan ülkeler arasında 114,7 milyon \$ ile AB ülkeleri %43,2'lik paya sahiptir. AB ülkeleri arasında 28,3 milyon \$ ile İtalya önde gelen ihracat pazarları arasında yer alırken Çin'e gerçekleştirilen 26,5 milyon \$'lık ihracat da göze çarpmaktadır.

Tablo 96: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	260,4	311,1	323,7	240,4	237,3	265,4
AB ÜLKELERİ	63,8	61,1	95,5	90,0	105,3	114,7
PAY %	24,5	19,6	29,5	37,4	44,4	43,2
İTALYA	21,6	22,5	41,5	34,2	25,0	28,3
PAY %	8,3	7,2	12,8	14,2	10,5	10,7
ALMANYA	10,3	9,7	12,9	10,4	13,6	22,1
PAY %	4,0	3,1	4,0	4,3	5,7	8,3
BULGARİSTAN	4,7	6,6	6,7	7,0	20,0	14,4
PAY %	1,8	2,1	2,1	2,9	8,4	5,4
İSPANYA	3,4	2,3	7,5	7,3	11,2	13,0
PAY %	1,3	0,7	2,3	3,0	4,7	4,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	23,8	20,0	26,9	31,0	35,5	36,8
PAY %	9,1	6,4	8,3	12,9	15,0	13,9
ÇİN	41,0	69,9	55,6	40,8	31,0	26,5
PAY %	15,7	22,5	17,2	17,0	13,1	10,0
HİNDİSTAN	1,5	3,0	6,9	9,9	13,9	25,9
PAY %	0,6	1,0	2,1	4,1	5,8	9,8
GÜNEY KORE	6,8	12,6	13,8	13,9	15,2	23,1
PAY %	2,6	4,0	4,3	5,8	6,4	8,7
RUSYA	44,8	48,8	41,7	22,6	16,9	12,4
PAY %	17,2	15,7	12,9	9,4	7,1	4,7
DİĞER ÜLKELER	102,7	115,6	110,2	63,2	55,1	62,7
PAY %	39,4	37,2	34,0	26,3	23,2	23,6

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012-2017 yılları arasında ham ve işlenmiş deri ve kürk ürünlerindeki ihracat değişimi tablosuna göre bu ürün gruplarında bu dönem içinde %1,9 oranında artış yaşanmıştır. Buna paralel olarak, aynı dönemde Avrupa Birliği ülkelerine ihracat %79,8 oranında artmıştır. Aynı dönemde Rusya'ya ihracatta gerçekleşen %72,2'lik düşüş ise bu ülke ile 2014 yılında yaşanan uçak krizinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 97: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	19,4	4,1	-25,7	-1,3	11,8	1,9
AB ÜLKELERİ	-4,2	56,3	-5,7	17,0	9,0	79,8
İTALYA	4,0	84,3	-17,5	-27,1	13,5	30,8
ALMANYA	-6,2	33,2	-19,3	30,6	63,2	114,8
BULGARİSTAN	41,0	1,7	4,5	186,2	-27,9	209,3
İSPANYA	-31,0	223,4	-2,6	52,5	16,3	285,4
DİĞER AB ÜLKELERİ	-15,9	34,4	15,3	14,5	3,6	54,7
ÇİN	70,7	-20,5	-26,7	-24,0	-14,3	-35,2
HİNDİSTAN	104,4	127,8	43,3	39,7	87,0	1.643,8
GÜNEY KORE	85,4	10,2	0,6	9,4	51,8	241,7
RUSYA	9,1	-14,6	-45,9	-25,2	-26,4	-72,2
DİĞER ÜLKELER	12,6	-4,7	-42,6	-12,9	13,8	-38,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2017 yılında 297,6 milyon \$'lık ham ve işlenmiş deri ve kürk ürünleri ithalatının %38,1'i Avrupa Birliği ülkelerinden yapılmaktadır. Bu değer içerisinde İtalya %16,1 pay ve 48 milyon \$'lık ithalat rakamı ile öne çıkmaktadır. İtalya'yı 18,8 milyon \$'lık ithalat değeri ve %6,3'lük pay ile başka bir AB ülkesi olan İspanya takip etmektedir.

Tablo 98: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	775,3	775,0	583,3	315,8	252,5	297,6
AB ÜLKELERİ	416,0	411,3	261,0	126,0	98,9	113,5
PAY %	53,7	53,1	44,7	39,9	39,2	38,1
İTALYA	118,6	134,4	95,6	57,5	48,0	48,0
PAY %	15,3	17,3	16,4	18,2	19,0	16,1
İSPANYA	111,2	110,9	53,2	22,9	12,8	18,8
PAY %	14,3	14,3	9,1	7,2	5,1	6,3
FİNLANDİYA	27,3	29,6	26,9	7,7	7,9	10,8
PAY %	3,5	3,8	4,6	2,5	3,1	3,6
FRANSA	25,4	24,6	14,4	5,7	6,5	6,8
PAY %	3,3	3,2	2,5	1,8	2,6	2,3
DİĞER AB ÜLKELERİ	133,5	111,8	70,9	32,2	23,7	29,1
PAY %	17,2	14,4	12,2	10,2	9,4	9,8
İZMİR SERBEST BÖLGE	45,1	44,4	42,8	25,4	20,0	19,0
PAY %	5,8	5,7	7,3	8,0	7,9	6,4
HİNDİSTAN	34,4	29,2	22,4	20,9	15,9	18,4
PAY %	4,4	3,8	3,8	6,6	6,3	6,2
IRAK	3,6	7,2	12,7	4,9	7,0	12,0
PAY %	0,5	0,9	2,2	1,5	2,8	4,0
AZERBAYCAN	14,8	16,4	12,9	6,8	11,2	10,7
PAY %	1,9	2,1	2,2	2,2	4,4	3,6
DİĞER ÜLKELER	261,4	266,6	231,6	131,8	99,6	123,9
PAY %	33,7	34,4	39,7	41,7	39,4	41,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ham ve işlenmiş deri ve kürk ithalatı değişim oranları tablosunda 2012-2017 yılları arasında bu ürün grubunda %61,6'lık ithalat düşüşü yaşandığı görülmüştür. Avrupa Birliği ülkelerinden ithalatta %72,7; Hindistan'dan ithalatta %46,4 oranlarında düşüşler yaşanırken Irak'tan ithalatta %232,3 oranında artış yaşandığı görülmektedir.

Tablo 99: Ülke Bazında Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	0,0	-24,7	-45,9	-20,0	17,9	-61,6
AB ÜLKELERİ	-1,1	-36,5	-51,7	-21,5	14,7	-72,7
İTALYA	13,3	-28,9	-39,9	-16,5	0,0	-59,5
İSPANYA	-0,2	-52,0	-57,0	-43,9	46,2	-83,1
FİNLANDİYA	8,2	-9,0	-71,2	2,0	37,1	-60,4
FRANSA	-2,8	-41,5	-60,3	13,1	4,9	-73,2
DİĞER AB ÜLKELERİ	-16,3	-36,6	-54,6	-26,4	22,7	-78,2
İZMİR SERBEST BÖLGE	-1,6	-3,6	-40,7	-21,1	-5,0	-57,9
HİNDİSTAN	-15,2	-23,3	-6,4	-24,2	16,1	-46,4
IRAK	99,8	75,3	-61,5	42,4	73,1	232,3
AZERBAYCAN	10,4	-21,0	-47,4	64,3	-4,2	-27,8
DİĞER ÜLKELER	2,0	-13,1	-43,1	-24,4	24,5	-52,6

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Deri ve Kürk Giyim

2017 yılında 298,2 milyon \$'lık deri ve kürk giyim ihracatında Avrupa Birliği ülkelerinin payı 131,3 milyon \$'lık ihracat değeri ile %44 olarak hesaplanmıştır. Rusya'ya bu ürün grubunda ihracat ise 2017 yılında 109,3 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 100: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
DERİ VE KÜRK GİYİM	570,6	658,6	559,0	361,1	271,6	298,2
AB ÜLKELERİ	182,4	202,2	204,0	155,9	139,9	131,3
PAY %	32,0	30,7	36,5	43,2	51,5	44,0
FRANSA	46,2	50,2	48,0	30,8	29,2	34,6
PAY %	8,1	7,6	8,6	8,5	10,8	11,6
ALMANYA	45,1	46,4	45,0	31,9	25,7	24,1
PAY %	7,9	7,0	8,0	8,8	9,4	8,1
İTALYA	32,1	29,4	32,1	21,3	22,3	20,0
PAY %	5,6	4,5	5,7	5,9	8,2	6,7
İNGİLTERE	7,8	17,1	20,5	17,3	13,7	9,6
PAY %	1,4	2,6	3,7	4,8	5,0	3,2
DİĞER AB ÜLKELERİ	51,1	59,1	58,5	54,6	49,0	42,9
PAY %	9,0	9,0	10,5	15,1	18,1	14,4
RUSYA	287,0	354,7	279,0	151,7	66,7	109,3
PAY %	50,3	53,9	49,9	42,0	24,5	36,6
ABD	14,9	17,6	19,9	17,6	21,7	23,5
PAY %	2,6	2,7	3,6	4,9	8,0	7,9
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	6,4	12,6	4,7	1,3	6,4	5,0
PAY %	1,1	1,9	0,8	0,4	2,4	1,7
ÇİN	5,4	10,2	5,9	5,1	8,6	4,9
PAY %	0,9	1,5	1,1	1,4	3,2	1,6
DİĞER ÜLKELER	74,4	61,4	45,5	29,4	28,4	24,3
PAY %	13,0	9,3	8,1	8,1	10,5	8,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Deri ve kürk giyim ürünlerinin yıllar içinde ülkelere ihracat değişimi incelendiğinde 2012-2017 yılları arasında bu ürün grubu ihracatının %47,7 oranında azaldığı görülmektedir. Avrupa Birliği ülkelerine ihracat ise %28 oranında azalmıştır. Bu ürün grubunda 2012-2017 yılları arasında Rusya'ya gerçekleştirilen ihracatın bu ülke ile yaşanan uçak krizi sorunun da etkisiyle %61,9 oranında düşmesi de sektörün genel ihracat performansını etkilemiştir. 2012-2017 yılları arasında ihracat yapılan ülkelereki düşüş değerleri toplamda yaşanan %47,7'lik düşüşte etkili olmuştur.

Tablo 101: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
DERİ VE KÜRK GİYİM	15,4	-15,1	-35,4	-24,8	9,8	-47,7
AB ÜLKELERİ	10,8	0,9	-23,6	-10,2	-6,2	-28,0
FRANSA	8,6	-4,5	-35,8	-5,1	18,6	-25,1
ALMANYA	2,7	-3,0	-29,0	-19,6	-6,0	-46,5
İTALYA	-8,6	9,2	-33,7	5,0	-10,5	-37,8
İNGİLTERE	120,0	19,6	-15,7	-21,0	-29,5	23,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	15,5	-1,0	-6,7	-10,1	-12,6	-16,1
RUSYA	23,6	-21,3	-45,6	-56,1	63,9	-61,9
ABD	17,9	13,4	-11,6	22,8	8,4	57,4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	94,8	-62,7	-71,8	386,7	-21,7	-21,8
ÇİN	88,7	-42,3	-12,3	66,4	-42,8	-9,1
DİĞER ÜLKELER	-17,4	-25,9	-35,4	-3,4	-14,5	-67,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2017 yılında 34,5 milyon \$ değerindeki deri ve kürk giyim ithalatında Türkiye'nin en büyük tedarikçisi 13,5 milyon \$ değerindeki ithalat ve %39,2 payı ile Hindistan olmuştur. Bu ürün grubunda Türkiye'nin Avrupa Birliği'nden ithalatı 2017 yılında 11,7 milyon \$ olarak hesaplanmıştır.

Tablo 102: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
DERİ VE KÜRK GİYİM	128,3	112,1	104,1	100,8	67,4	34,5
AB ÜLKELERİ	13,1	16,1	16,9	13,8	11,9	11,7
PAY %	10,2	14,4	16,3	13,7	17,6	33,8
İTALYA	6,1	9,1	9,6	7,7	5,8	4,9
PAY %	4,8	8,1	9,2	7,7	8,7	14,1
ALMANYA	1,6	1,4	0,7	0,8	1,2	2,4
PAY %	1,3	1,3	0,7	0,7	1,8	6,9
FRANSA	1,7	1,9	1,8	2,3	1,9	1,5
PAY %	1,3	1,7	1,7	2,3	2,8	4,4
İSPANYA	0,8	0,3	0,1	0,6	0,9	1,3
PAY %	0,6	0,3	0,1	0,6	1,3	3,7
DİĞER AB ÜLKELERİ	2,9	3,4	4,7	2,4	2,1	1,6
PAY %	2,3	3,1	4,5	2,4	3,1	4,8
HİNDİSTAN	37,6	36,2	30,1	36,8	26,1	13,5
PAY %	29,3	32,3	28,9	36,5	38,6	39,2
PAKİSTAN	49,7	12,7	12,8	14,3	8,6	3,6
PAY %	38,7	11,4	12,3	14,2	12,7	10,4
ÇİN	19,9	39,0	34,7	23,9	13,7	3,2
PAY %	15,5	34,8	33,4	23,7	20,3	9,3
VIETNAM	0,2	1,1	1,6	1,8	1,7	0,7
PAY %	0,1	1,0	1,6	1,8	2,6	2,0
DİĞER ÜLKELER	7,9	6,8	7,9	10,2	5,4	1,8
PAY %	6,1	6,1	7,6	10,2	8,1	5,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Deri ve kürk giyim ürünleri ithalatının yıllar içindeki değişim durumuna bakıldığında bu ürün grubunda ithalatta 2012-2017 yılları arasında %73,1 oranında azalış yaşandığı görülmektedir. Aynı dönemde ithalatın Hindistan'dan %64; Pakistan'dan ise %92,8 oranında azaldığı buna karşın Vietnam'dan ithalatın %267,5 oranında arttığı görülmektedir.

Tablo 103: Ülke Bazında Deri ve Kürk Giyim İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
DERİ VE KÜRK GİYİM	-12,7	-7,1	-3,2	-33,1	-48,8	-73,1
AB ÜLKELERİ	23,1	4,8	-18,4	-13,9	-1,8	-10,9
İTALYA	48,6	5,6	-19,5	-24,5	-16,5	-20,4
ALMANYA	-12,2	-51,2	7,9	65,0	91,6	46,4
FRANSA	8,0	-3,3	27,7	-18,9	-18,7	-12,1
İSPANYA	-55,4	-59,0	337,0	44,0	46,5	68,4
DİĞER AB ÜLKELERİ	18,3	36,8	-48,1	-14,1	-21,2	-43,2
HİNDİSTAN	-3,6	-16,9	22,1	-29,2	-48,1	-64,0
PAKİSTAN	-74,4	0,3	11,7	-39,9	-58,1	-92,8
ÇİN	96,4	-11,0	-31,1	-42,7	-76,7	-83,9
VIETNAM	490,9	46,1	8,3	-2,0	-59,9	267,5
DİĞER ÜLKELER	-13,9	17,0	29,0	-46,9	-66,5	-76,8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Saraciye

Türkiye'nin 2017 yılında toplam 189 milyon \$ değerinde saraciye ürünleri ihracatı olmuştur. Avrupa Birliği ülkelerine bu dönemde toplam ihracat rakamı 110,7 milyon \$ olarak hesaplanmıştır. Avrupa Birliği'nin Türkiye saraciye ürünleri ihracatındaki payı %58,5 olarak gözükmemektedir.

Tablo 104: Ülke Bazında Saraciye İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
SARACİYE	248,9	239,7	246,1	198,8	176,4	189,0
AB ÜLKELERİ	177,2	169,5	170,5	130,2	103,4	110,7
PAY %	71,2	70,7	69,3	65,5	58,6	58,5
ALMANYA	30,6	31,9	29,9	27,8	27,3	28,0
PAY %	12,3	13,3	12,1	14,0	15,5	14,8
İNGİLTERE	36,3	29,9	28,8	27,3	21,7	22,2
PAY %	14,6	12,5	11,7	13,7	12,3	11,7
İTALYA	61,8	64,4	62,7	35,1	9,7	20,2
PAY %	24,8	26,9	25,5	17,7	5,5	10,7
FRANSA	10,4	8,0	7,4	7,0	10,8	11,3
PAY %	4,2	3,3	3,0	3,5	6,1	6,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	38,1	35,5	41,7	33,0	33,8	29,0
PAY %	15,3	14,8	16,9	16,6	19,2	15,3
IRAK	5,4	8,2	11,5	13,0	9,2	12,3
PAY %	2,2	3,4	4,7	6,5	5,2	6,5
İSVİÇRE	4,1	4,5	4,4	3,9	3,1	5,0
PAY %	1,6	1,9	1,8	2,0	1,8	2,6
ABD	6,9	7,2	5,1	3,9	6,5	4,2
PAY %	2,8	3,0	2,1	2,0	3,7	2,2
TUNUS	2,0	1,9	3,1	2,1	3,2	3,8
PAY %	0,8	0,8	1,3	1,0	1,8	2,0
DİĞER ÜLKELER	53,4	48,3	51,4	45,7	51,0	53,1
PAY %	21,5	20,2	20,9	23,0	28,9	28,1

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Saraciye ürünlerinin ihracat değişim oranlarına bakıldığında zaman 2012-2017 yılları arasında bu ürün grubunda %24,1 oranında azalış olduğu görülmektedir. Özellikle aynı dönemde Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirilen ihracattaki %37,5 oranındaki ihracat düşüşü dikkat çekicidir.

Tablo 105: Ülke Bazında Saraciye İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
SARACİYE	-3,7	2,7	-19,2	-11,2	7,2	-24,1
AB ÜLKELERİ	-4,3	0,6	-23,6	-20,6	7,0	-37,5
ALMANYA	4,2	-6,3	-6,9	-1,8	2,3	-8,6
İNGİLTERE	-17,8	-3,5	-5,3	-20,6	2,4	-38,9
İTALYA	4,1	-2,5	-44,0	-72,3	107,7	-67,3
FRANSA	-23,0	-7,4	-5,0	54,6	4,3	9,2
DİĞER AB ÜLKELERİ	-6,9	17,5	-20,8	2,6	-14,4	-23,9
IRAK	52,2	39,7	12,5	-28,7	33,5	127,8
İSVİÇRE	10,8	-1,0	-11,9	-19,7	58,6	23,2
ABD	4,9	-28,7	-23,9	65,9	-34,5	-38,1
TUNUS	-6,1	62,8	-32,2	51,1	19,1	86,5
DİĞER ÜLKELER	-9,6	6,4	-11,2	11,7	4,1	-0,7

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Saraciye ürünlerinin ithalatında öne çıkan ülkeleri gösteren tabloya göre, Türkiye 2017 yılında toplamda 272,3 milyon \$'lık saraciye ithalatı gerçekleştirmiştir. Bu rakam içinde 113 milyon \$ ile Avrupa Birliği ülkeleri, 114,2 milyon \$ ile Çin ve 12 milyon \$ ile Vietnam öne çıkmaktadır.

Tablo 106: Ülke Bazında Saraciye İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
SARACİYE	374,3	457,7	474,9	394,4	287,0	272,3
AB ÜLKELERİ	91,0	116,0	125,0	113,0	105,0	113,0
PAY %	24,3	25,3	26,3	28,7	36,6	41,5
İTALYA	49,0	62,0	63,0	61,0	56,0	56,0
PAY %	13,1	13,5	13,3	15,5	19,5	20,6
FRANSA	20,0	24,0	23,0	20,0	20,0	20,0
PAY %	5,3	5,2	4,8	5,1	7,0	7,3
MACARİSTAN	2,0	6,0	9,0	12,0	12,0	15,0
PAY %	0,5	1,3	1,9	3,0	4,2	5,5
ALMANYA	7,0	11,0	15,0	7,0	6,0	7,0
PAY %	1,9	2,4	3,2	1,8	2,1	2,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	13,0	13,0	15,0	13,0	11,0	15,0
PAY %	3,5	2,8	3,2	3,3	3,8	5,5
ÇİN	244,1	287,8	294,9	227,0	129,3	114,2
PAY %	65,2	62,9	62,1	57,6	45,1	41,9
VİETNAM	7,4	12,5	15,1	18,0	18,4	12,0
PAY %	2,0	2,7	3,2	4,6	6,4	4,4
MALEZYA	0,0	0,2	0,1	0,0	1,9	8,1
PAY %	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	3,0
HİNDİSTAN	7,8	9,9	10,5	10,3	7,6	6,5
PAY %	2,1	2,2	2,2	2,6	2,7	2,4
DİĞER ÜLKELER	23,9	31,3	29,4	26,0	24,8	18,5
PAY %	6,4	6,8	6,2	6,6	8,6	6,8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Saraciye ürünleri ithalatında değişim oranlarına bakıldığı zaman 2012-2017 yılları arasında %27,2 oranında düşüş yaşandığı görülmektedir. Avrupa Birliği ülkelerinden ithalatta %24,2 oranında artış yaşanırken Çin'den bu ürün grubu bazında ithalat %53,2 oranında azalmıştır.

Tablo 107: Ülke Bazında Saraciye İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
SARACİYE	22,3	3,8	-17,0	-27,2	-5,1	-27,2
AB ÜLKELERİ	27,5	7,8	-9,6	-7,1	7,6	24,2
İTALYA	26,5	1,6	-3,2	-8,2	0,0	14,3
FRANSA	20,0	-4,2	-13,0	0,0	0,0	0,0
MACARİSTAN	200,0	50,0	33,3	0,0	25,0	650,0
ALMANYA	57,1	36,4	-53,3	-14,3	16,7	0,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	0,0	15,4	-13,3	-15,4	36,4	15,4
ÇİN	17,9	2,5	-23,0	-43,0	-11,7	-53,2
VİETNAM	69,4	20,7	19,1	2,1	-35,1	61,4
MALEZYA	421,7	-64,7	-67,8	10.209,3	337,4	26.672,7
HİNDİSTAN	26,3	5,6	-1,5	-25,9	-14,3	-16,6
DİĞER ÜLKELER	30,9	-5,9	-11,5	-4,7	-25,4	-22,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ayakkabı

Türkiye'nin ayakkabı ürünleri ihracatı ülke bazında incelendiğinde 2017 yılında gerçekleştirilen 768,7 milyon \$'lık ihracat içerisinde Avrupa Birliği ülkelerinin 266 milyon \$'lık ihracat ile payı %34,6 olmuştur. Avrupa Birliği ülkelerini ise 93,3 milyon \$'lık ihracat değeri ile bir Orta Doğu ülkesi olan Irak takip etmektedir.

Tablo 108: Ülke Bazında Ayakkabı İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
AYAKKABI	551,4	729,9	720,1	671,5	707,2	768,7
AB ÜLKELERİ	122,4	214,0	182,4	181,7	244,3	266,0
PAY %	22,2	29,3	25,3	27,1	34,6	34,6
ALMANYA	19,9	27,0	39,9	36,4	44,1	47,3
PAY %	3,6	3,7	5,5	5,4	6,2	6,1
BULGARİSTAN	15,2	13,7	13,9	12,2	27,3	44,0
PAY %	2,8	1,9	1,9	1,8	3,9	5,7
ROMANYA	9,9	14,0	12,9	15,4	21,5	27,6
PAY %	1,8	1,9	1,8	2,3	3,0	3,6
İNGİLTERE	15,9	22,1	32,2	22,1	20,5	23,1
PAY %	2,9	3,0	4,5	3,3	2,9	3,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	61,4	137,3	83,5	95,6	130,9	124,2
PAY %	11,1	18,8	11,6	14,2	18,5	16,2
IRAK	79,8	105,4	109,1	116,4	81,3	93,3
PAY %	14,5	14,4	15,2	17,3	11,5	12,1
RUSYA	111,6	128,8	111,6	70,1	28,7	74,3
PAY %	20,2	17,7	15,5	10,4	4,1	9,7
SUUDİ ARABİSTAN	42,5	41,9	38,4	33,4	37,1	36,0
PAY %	7,7	5,7	5,3	5,0	5,2	4,7
İSRAİL	6,6	8,7	11,6	13,1	16,9	19,9
PAY %	1,2	1,2	1,6	1,9	2,4	2,6
DİĞER ÜLKELER	188,6	231,0	267,0	256,9	298,9	279,1
PAY %	34,2	31,7	37,1	38,3	42,3	36,3

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Ayakkabı ihracatının yıllar içindeki değişimini gösteren tabloya göre, Türkiye'nin ayakkabı ihracatı 2012-2017 yılları arasında %39,4 oranında artmıştır. Özellikle bu dönemde AB ülkelerine ihracatın %117,4 oranında artması dikkat çekicidir. Bu artış oranına karşın Rusya'ya ihracatta yaşanan %33,4 oranındaki düşüş de göze çarpmaktadır.

Tablo 109: Ülke Bazında Ayakkabı İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
AYAKKABI	32,4	-1,3	-6,7	5,3	8,7	39,4
AB ÜLKELERİ	74,9	-14,8	-0,4	34,5	8,9	117,4
ALMANYA	35,7	47,8	-8,8	21,2	7,1	137,3
BULGARİSTAN	-10,2	1,2	-12,1	124,1	61,2	188,7
ROMANYA	41,3	-7,8	19,0	40,0	27,9	177,7
İNGİLTERE	38,5	45,9	-31,4	-7,1	12,4	44,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	123,6	-39,2	14,5	36,9	-5,1	102,3
IRAK	32,1	3,5	6,7	-30,1	14,8	17,0
RUSYA	15,5	-13,4	-37,2	-59,1	158,7	-33,4
SUUDİ ARABİSTAN	-1,4	-8,3	-13,0	11,0	-2,9	-15,3
İSRAİL	32,7	32,9	12,9	28,9	18,0	202,7
DİĞER ÜLKELER	22,5	15,6	-3,8	16,4	-6,6	48,0

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye 2017 yılında 676 milyon \$ değerinde ayakkabı ithal etmiştir. Türkiye'nin ayakkabı ithalatında Çin 253 milyon \$'lık ithalat değeri ve %37,4'lük pay ile öne çıkmaktadır. Çin'i 156,9 milyon \$'lık ithalat değeri ile Avrupa Birliği ülkeleri takip etmektedir. Özellikle 2013 yılından itibaren ayakkabı ithalatında bir düşüş eğilimi olduğu gözlemlenebilmektedir.

Tablo 110: Ülke Bazında Ayakkabı İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
AYAKKABI	864,0	993,0	954,0	795,0	734,0	676,0
AB ÜLKELERİ	118,8	148,7	161,1	161,8	147,7	156,9
PAY %	13,7	15,0	16,9	20,4	20,1	23,2
İTALYA	83,1	101,3	111,6	106,9	97,1	97,9
PAY %	9,6	10,2	11,7	13,5	13,2	14,5
PORTEKİZ	8,4	12,4	12,8	13,9	12,5	16,6
PAY %	1,0	1,2	1,3	1,7	1,7	2,5
İSPANYA	10,6	14,0	16,0	16,6	13,9	11,9
PAY %	1,2	1,4	1,7	2,1	1,9	1,8
ROMANYA	6,1	6,5	6,3	7,4	8,7	10,1
PAY %	0,7	0,7	0,7	0,9	1,2	1,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	10,6	14,5	14,4	17,1	15,4	20,3
PAY %	1,2	1,5	1,5	2,1	2,1	3,0
ÇİN	482,0	537,0	486,0	364,0	302,0	253,0
PAY %	55,8	54,1	50,9	45,8	41,1	37,4
VİETNAM	119,0	146,0	157,0	152,0	158,0	141,0
PAY %	13,8	14,7	16,5	19,1	21,5	20,9
ENDONEZYA	78,0	89,0	82,0	62,0	73,0	65,0
PAY %	9,0	9,0	8,6	7,8	9,9	9,6
KAMBOÇYA	9,0	9,0	11,0	9,0	10,0	12,0
PAY %	1,0	0,9	1,2	1,1	1,4	1,8
DİĞER ÜLKELER	57,2	63,3	56,9	46,2	43,3	48,1
PAY %	6,6	6,4	6,0	5,8	5,9	7,1

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Ayakkabı ithalatının yıllar içindeki değişim tablosuna göre Türkiye'nin 2012-2017 yılları arasında ayakkabı ithalatı %21,8 oranında azalmıştır. Türkiye'nin AB ülkelerinden ithalatı %32,1 oranında artarken Çin'den ayakkabı ithalatı %47,5 oranında azalmıştır.

Tablo 111: Ülke Bazında Ayakkabı İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
AYAKKABI	14,9	-3,9	-16,7	-7,7	-7,9	-21,8
AB ÜLKELERİ	25,2	8,3	0,5	-8,7	6,2	32,1
İTALYA	22,0	10,2	-4,2	-9,2	0,8	17,9
PORTEKİZ	48,1	3,2	8,5	-9,9	33,0	98,9
İSPANYA	31,8	13,8	4,1	-16,1	-14,7	11,7
ROMANYA	6,6	-3,3	17,4	19,0	15,7	66,6
DİĞER AB ÜLKELERİ	36,3	-0,4	18,3	-9,7	32,0	91,1
ÇİN	11,4	-9,5	-25,1	-17,0	-16,2	-47,5
VİETNAM	22,7	7,5	-3,2	3,9	-10,8	18,5
ENDONEZYA	14,1	-7,9	-24,4	17,7	-11,0	-16,7
KAMBOÇYA	0,0	22,2	-18,2	11,1	20,0	33,3
DİĞER ÜLKELER	10,6	-10,0	-18,9	-6,3	11,2	-15,9

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Halı Sektörü

Halı Sektörü Ürünleri İhracat ve İthalat Rakamları

Türkiye'nin halı sektöründeki ihracatı incelendiğinde, 2014 yılında en yüksek ihracat rakamına ulaşıldığı ve bu tarihten sonra düşüşler yaşandığı görülmektedir. 2017 yılında 2,2 milyar \$'lık halı ihracatının yaklaşık %97,5'ini makine halısı oluştururken %2,6 ile el halısının payı oldukça kısıtlıdır.

Tablo 112: Ürün Grupları Bazında Halı İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
HALI (FASIL 57)	2.010	2.195	2.354	2.015	1.919	2.165
EL HALISI	141,5	134,4	130,0	86,8	60,1	57,0
PAY %	7,0	6,1	5,5	4,3	3,1	2,6
MAKİNE HALISI	1.868	2.060	2.224	1.928	1.859	2.108
PAY %	93,0	93,9	94,5	95,7	96,9	97,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Ürün grupları bazında halı ihracatının değişimine bakıldığında ise 2012-2017 yılları arasında halı ihracatının %7,7 oranında arttığı görülmektedir. El halısı ihracatı ise aynı dönemde %59,8 oranında büyük bir düşüş yaşamıştır.

Tablo 113: Ürün Grupları Bazında Halı İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
HALI (FASIL 57)	9,2	7,3	-14,4	-4,8	12,8	7,7
EL HALISI	-5,1	-3,3	-33,2	-30,8	-5,2	-59,8
MAKİNE HALISI	10,3	8,0	-13,3	-3,6	13,4	12,8

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012 yılında 177 milyon \$ değerinde olan halı ithalatı 2017 yılında 59 milyon \$ olarak hesaplanmıştır. 2012 yılında el halısı ithalatının payı %61 iken 2017 yılında %9,9 olmuştur. Buna karşın makine halısının payı %89,9 seviyesine yükselmiştir.

Tablo 114: Ürün Grupları Bazında Halı İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
HALI (FASIL 57)	177,0	184,6	174,5	103,5	65,2	59,0
EL HALISI	107,9	104,7	99,3	31,7	10,0	5,8
PAY %	61,0	56,7	56,9	30,6	15,3	9,9
MAKİNE HALISI	68,7	79,5	75,0	71,5	55,1	53,1
PAY %	38,8	43,1	43,0	69,1	84,5	89,9

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

2012-2017 yılları arasında halı ithalatının %66,7 oranında azaldığı görülürken el halısı ithalatında aynı dönemde %94,6 ile büyük bir düşüş yaşanmıştır. Makine halısında ise düşüş oranı 2012-2017 yılları için %22,7 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 115: Ürün Grupları Bazında Halı İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
HALI (FASIL 57)	4,3	-5,5	-40,7	-37,0	-9,4	-66,7
EL HALISI	-3,0	-5,2	-68,1	-68,6	-41,5	-94,6
MAKİNE HALISI	15,8	-5,8	-4,6	-23,0	-3,6	-22,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Toplamda 2017 yılında 2,2 milyar \$'lık ihracat değerine sahip olan halı sektörü ihracatında en büyük ihracat pazarı 466 milyon \$ ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği ülkelerinin ardında 462,9 milyon \$'lık ihracat değeri ile Amerika Birleşik Devletleri yer almaktadır.

Tablo 116: Ülke Bazında Halı İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
HALI (FASIL 57)	2.009,9	2.194,7	2.354,3	2.015,3	1.918,7	2.164,8
AB ÜLKELERİ	381,4	418,5	494,2	419,2	441,3	466,0
PAY %	19,0	19,1	21,0	20,8	23,0	21,5
ALMANYA	99,0	108,9	129,6	117,8	114,2	115,2
PAY %	4,9	5,0	5,5	5,8	5,9	5,3
İNGİLTERE	60,0	57,1	82,0	80,8	80,9	87,7
PAY %	3,0	2,6	3,5	4,0	4,2	4,0
POLONYA	30,7	31,1	35,5	25,6	30,1	30,8
PAY %	1,5	1,4	1,5	1,3	1,6	1,4
DİĞER AB ÜLKELERİ	191,7	221,4	247,2	195,1	216,1	232,3
PAY %	9,5	10,1	10,5	9,7	11,3	10,7
A.B.D.	184,2	220,8	271,9	275,8	329,8	462,9
PAY %	9,2	10,1	11,5	13,7	17,2	21,4
SUUDİ ARABİSTAN	333,7	321,8	371,8	388,1	323,1	312,7
PAY %	16,6	14,7	15,8	19,3	16,8	14,4
IRAK	198,8	187,3	197,3	181,7	113,8	181,7
PAY %	9,9	8,5	8,4	9,0	5,9	8,4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	60,9	62,0	75,1	70,9	72,8	63,9
PAY %	3,0	2,8	3,2	3,5	3,8	3,0
DİĞER ÜLKELER	851,0	984,4	943,9	679,6	637,9	677,6
PAY %	42,3	44,9	40,1	33,7	33,2	31,3

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

2012 yılında 2 milyar \$ seviyesinde olan halı ihracatı 2017 yılında %7,7 oranında artarak 2,2 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. 2012-2017 yılları arasında en yüksek artış oranı %151,3 oranındaki artış ile Amerika Birleşik Devletleri'ne yönelik ihracatta kaydedilmiştir.

Tablo 117: Ülke Bazında Halı İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
HALI (FASIL 57)	9,2	7,3	-14,4	-4,8	12,8	7,7
AB ÜLKELERİ	9,7	18,1	-15,2	5,3	5,6	22,2
ALMANYA	10,1	19,0	-9,1	-3,1	0,9	16,4
İNGİLTERE	-5,0	43,8	-1,5	0,1	8,3	46,0
POLONYA	1,3	13,9	-27,9	17,9	2,3	0,3
DİĞER AB ÜLKELERİ	15,5	11,7	-21,1	10,8	7,5	21,2
A.B.D.	19,8	23,1	1,4	19,6	40,4	151,3
SUUDİ ARABİSTAN	-3,6	15,5	4,4	-16,7	-3,2	-6,3
IRAK	-5,8	5,4	-7,9	-37,4	59,7	-8,6
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1,7	21,3	-5,6	2,6	-12,2	4,9
DİĞER ÜLKELER	15,7	-4,1	-28,0	-6,1	6,2	-20,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Toplam 59 milyon \$ seviyesindeki halı ithalatında%50,7 ile en yüksek pay ve 29,9 milyon \$'lık ithalat değeri ile Avrupa Birliği ülkelerine aittir. Avrupa Birliği ülkelerinden sonra ise 10,5 milyon \$ ile Çin gelmektedir.

Tablo 118: Ülke Bazında Halı İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
HALI (FASIL 57)	177,0	184,6	174,5	103,5	65,2	59,0
ÇİN	35,4	37,0	32,2	22,6	11,9	10,5
PAY %	20,0	20,0	18,5	21,8	18,2	17,9
HİNDİSTAN	57,7	56,4	55,8	23,6	10,2	7,7
PAY %	32,6	30,5	32,0	22,8	15,6	13,1
AB ÜLKELERİ	35,9	41,6	37,7	33,7	28,7	29,9
PAY %	20,3	22,5	21,6	32,6	44,1	50,7
HOLLANDA	7,1	9,4	9,5	9,2	7,1	9,5
PAY %	4,0	5,1	5,5	8,9	10,9	16,2
BELÇİKA	14,8	15,3	13,9	11,2	9,2	9,1
PAY %	8,3	8,3	8,0	10,8	14,2	15,4
İNGİLTERE	3,2	6,0	5,9	4,8	4,1	4,9
PAY %	1,8	3,3	3,4	4,7	6,3	8,4
DİĞER AB ÜLKELERİ	10,8	10,8	8,3	8,5	8,3	6,3
PAY %	6,1	5,9	4,8	8,2	12,7	10,7
MISIR	4,0	5,3	4,8	5,4	2,6	1,8
PAY %	2,3	2,9	2,8	5,2	4,0	3,1
A.B.D.	2,5	5,2	2,7	3,0	2,3	1,6
PAY %	1,4	2,8	1,5	2,9	3,6	2,8
PAKİSTAN	21,4	21,7	22,2	5,6	2,3	1,3
PAY %	12,1	11,7	12,7	5,4	3,5	2,2
DİĞER ÜLKELER	20,1	17,5	19,0	9,6	7,1	6,1
PAY %	11,4	9,5	10,9	9,3	10,9	10,4

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

2012-2017 yılları arasında halı ithalatında öne çıkan ülkelerin çoğunda %16,6 ila %94,1 arasında değişen oranlarda düşüşler gözlemlenmektedir. En yüksek düşüş oranı ise %94,1 ile Pakistan'dan ithalatta gerçekleşmiştir.

Tablo 119: Ülke Bazında Halı İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
HALI (FASIL 57)	4,3	-5,5	-40,7	-37,0	-9,4	-66,7
ÇİN	4,4	-13,0	-29,8	-47,4	-11,3	-70,3
HİNDİSTAN	-2,2	-1,1	-57,8	-56,7	-24,4	-86,6
AB ÜLKELERİ	16,0	-9,3	-10,6	-14,8	4,2	-16,6
BELÇİKA	32,2	1,6	-3,9	-22,2	33,9	34,5
HOLLANDA	3,9	-9,3	-19,4	-17,8	-1,3	-38,3
İNGİLTERE	87,8	-1,5	-19,0	-14,8	20,5	53,9
DİĞER AB ÜLKELERİ	0,3	-23,2	2,4	-3,1	-23,4	-41,4
MISIR	31,6	-8,0	11,1	-51,0	-31,2	-54,7
A.B.D	107,2	-48,6	11,9	-22,8	-29,8	-35,4
PAKİSTAN	1,1	2,7	-74,9	-58,7	-45,0	-94,1
DİĞER ÜLKELER	-13,1	9,0	-49,3	-26,4	-13,8	-69,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

El Halısı

Türkiye 2017 yılında toplam 57 milyon \$ değerinde el halısı ihracatı gerçekleştirmiştir. Avrupa Birliği ülkelerinin bu ihracat değeri içindeki payı 18,8 milyon \$ ile %33 olarak hesaplanmıştır. Bu dönemde ABD'ye el halısı ihracatı 20,2 milyon \$ olmuş ve ihracat içindeki payı da %35,5 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 120: Ülke Bazında El Halısı İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
EL HALISI	141,5	134,4	130,0	86,8	60,1	57,0
AB ÜLKELERİ	57,7	53,0	45,4	28,8	18,6	18,8
PAY %	40,8	39,4	34,9	33,2	30,9	33,0
ALMANYA	4,7	4,0	4,4	5,6	4,4	5,6
PAY %	3,3	3,0	3,4	6,4	7,4	9,8
İSVEÇ	3,1	2,8	2,4	1,0	1,4	2,8
PAY %	2,2	2,1	1,9	1,1	2,3	4,9
İTALYA	3,6	3,9	3,7	3,2	2,0	2,4
PAY %	2,5	2,9	2,8	3,6	3,3	4,2
HOLLANDA	1,9	2,4	2,5	3,0	2,7	1,4
PAY %	1,3	1,8	1,9	3,5	4,5	2,5
DİĞER AB ÜLKELERİ	44,4	39,9	32,3	16,1	8,0	6,6
PAY %	31,4	29,7	24,9	18,5	13,4	11,5
ABD	32,0	34,2	44,2	32,0	20,4	20,2
PAY %	22,6	25,4	34,0	36,8	34,0	35,5
JAPONYA	23,2	22,3	18,4	6,9	0,8	2,2
PAY %	16,4	16,6	14,1	7,9	1,4	3,8
İSRAİL	0,7	0,7	1,2	1,3	1,7	1,5
PAY %	0,5	0,5	0,9	1,5	2,9	2,6
İSVİÇRE	3,4	2,7	2,1	1,7	0,9	1,4
PAY %	2,4	2,0	1,6	2,0	1,5	2,5
DİĞER ÜLKELER	24,6	21,5	18,8	16,2	17,6	12,9
PAY %	17,4	16,0	14,5	18,6	29,3	22,6

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin el halısı ihracatının yıllar içindeki değişiminde özellikle 2014-2015 yıllarından itibaren bir düşüş eğiliminin başladığı ve devam ettiği görülmektedir. 2012-2017 yılları arasında %59,8 oranında yaşanan düşüşte Avrupa Birliği ülkelerine yapılan ihracatta gerçekleşen %67,5; ABD'ye yapılan ihracattaki %36,8 ve Japonya'ya ihracattaki %90,6 oranlarındaki düşüşlerin etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 121: Ülke Bazında El Halısı İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
Birim: %						
EL HALISI	-5,1	-3,3	-33,2	-30,8	-5,2	-59,8
AB ÜLKELERİ	-8,2	-14,4	-36,4	-35,6	1,1	-67,5
ALMANYA	-14,1	9,9	25,9	-20,6	25,9	18,9
İSVEÇ	-10,4	-13,3	-60,8	48,4	98,9	-10,1
İTALYA	7,0	-4,2	-14,2	-37,7	20,1	-34,2
HOLLANDA	28,6	2,4	23,2	-10,9	-47,3	-23,8
DİĞER AB ÜLKELERİ	-10,2	-18,9	-50,3	-50,1	-18,0	-85,2
ABD	6,7	29,3	-27,6	-36,0	-1,1	-36,8
JAPONYA	-3,8	-17,6	-62,7	-87,9	162,6	-90,6
İSRAİL	0,7	68,2	11,8	31,5	-12,6	117,6
İSVİÇRE	-19,5	-24,0	-17,6	-46,8	57,1	-57,9
DİĞER ÜLKELER	-12,5	-12,4	-14,0	8,8	-26,9	-47,6

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye 2017 yılında 5,8 milyon \$ değerinde el halısı ithalatı gerçekleştirmiştir. 3 milyon \$ ile Hindistan el halısı ürün grubunda Türkiye'nin en büyük tedarikçisi konumundadır. Hindistan'ı 1,3 milyon \$'lık ithalat değeri ile Pakistan izlemektedir. 2012 yılında 107 milyon \$ değerinde olan el halısı ithalatı 2017 yılında 5,8 milyon \$ seviyesine gerilemiştir.

Tablo 122: Ülke Bazında El Halısı İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyon \$						
EL HALISI	107,9	104,7	99,3	31,7	10,0	5,8
HİNDİSTAN	50,2	48,8	47,3	15,6	4,7	3,0
PAY %	46,5	45,2	43,9	14,4	4,4	2,8
PAKİSTAN	21,4	21,7	22,2	5,6	2,3	1,3
PAY %	19,8	20,7	22,4	17,6	23,1	21,7
ÇİN	26,1	23,8	17,8	7,0	1,0	0,4
PAY %	24,2	22,8	17,9	22,2	9,8	7,2
KATAR	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,3
PAY %	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	5,1
AFGANİSTAN	2,4	2,8	3,6	1,0	0,5	0,2
PAY %	2,2	2,7	3,6	3,0	5,4	3,3
BANGLADEŞ	1,8	1,1	1,7	0,5	0,2	0,1
PAY %	1,6	1,1	1,7	1,5	2,0	1,6
MOLDOVA	0,8	0,9	0,9	0,2	0,1	0,1
PAY %	0,7	0,8	0,9	0,6	1,4	1,5
İNGİLTERE	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
PAY %	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2	1,3
NEPAL	1,9	1,3	1,2	0,4	0,1	0,1
PAY %	1,7	1,2	1,2	1,2	1,5	0,9
DİĞER ÜLKELER	3,4	4,3	4,1	1,4	0,9	0,3
PAY %	3,2	4,1	4,1	4,5	9,1	5,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin el halısı ürünleri ithalatında 2012-2017 yılları arasında %94,6 oranında düşüş yaşanmıştır. Özellikle Hindistan'dan %94; Pakistan'dan %94,1 ve Çin'den %98,4 oranında yaşanan düşüşler dikkat çekicidir.

Tablo 123: Ülke Bazında El Halısı İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
EL HALISI	-3,0	-5,2	-68,1	-68,6	-41,5	-94,6
HİNDİSTAN	-2,8	-2,9	-67,1	-69,7	-36,1	-94,0
PAKİSTAN	1,1	2,7	-74,9	-58,9	-44,9	-94,1
ÇİN	-8,7	-25,4	-60,5	-86,1	-57,4	-98,4
KATAR	1.586,7	684,9	-98,9	-17,6	9.253,2	10.947,5
AFGANİSTAN	18,1	28,0	-73,2	-44,5	-63,8	-91,8
BANGLADEŞ	-35,3	50,0	-71,8	-58,7	-54,2	-94,8
MOLDOVA	11,4	1,4	-77,5	-27,8	-40,6	-89,1
İNGİLTERE	107,4	5,4	-83,7	2,6	405,7	85,4
NEPAL	-32,2	-5,1	-67,1	-62,8	-62,8	-97,1
DİĞER ÜLKELER	24,0	-3,6	-65,1	-36,5	-65,1	-90,8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Makine Halısı

Türkiye 2017 yılında 2,1 milyar \$ değerinde makine halısı ihracatı gerçekleştirmiştir. Bu ihracat değeri içinde Avrupa Birliği ülkeleri 448 milyon \$ ile %21,3'lük paya sahiptir. ABD ise 442,7 milyon \$ ile %21 paya sahip olmuştur.

Tablo 124: Ülke Bazında Makine Halısı İhracatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
MAKİNE HALISI	1.868,4	2.060,4	2.224,3	1.928,5	1.858,7	2.107,9
AB ÜLKELERİ	323,7	365,5	448,8	390,4	422,4	448,0
PAY %	17,3	17,7	20,2	20,2	22,7	21,3
ALMANYA	94,2	104,9	125,1	112,2	109,3	110,4
PAY %	5,0	5,1	5,6	5,8	5,9	5,2
İNGİLTERE	56,7	55,4	79,8	80,0	80,5	87,4
PAY %	3,0	2,7	3,6	4,1	4,3	4,1
POLONYA	30,5	31,1	35,4	25,5	30,1	30,7
PAY %	1,6	1,5	1,6	1,3	1,6	1,5
BELÇİKA	24,0	29,0	26,1	26,0	31,6	30,0
PAY %	1,3	1,4	1,2	1,3	1,7	1,4
DİĞER AB ÜLKELERİ	118,2	145,1	182,4	146,7	170,9	189,5
PAY %	6,3	7,0	8,2	7,6	9,2	9,0
ABD	152,2	186,6	227,7	243,8	309,3	442,7
PAY %	8,1	9,1	10,2	12,6	16,6	21,0
SUUDİ ARABİSTAN	333,5	321,6	371,6	387,7	322,7	312,2
PAY %	17,9	15,6	16,7	20,1	17,4	14,8
IRAK	193,0	185,2	196,3	181,1	113,3	181,2
PAY %	10,3	9,0	8,8	9,4	6,1	8,6
B.ARAP EMİRLİKLERİ	60,1	61,1	74,5	70,1	69,8	62,5
PAY %	3,2	3,0	3,3	3,6	3,8	3,0
DİĞER ÜLKELER	805,8	940,4	905,3	655,3	621,2	661,2
PAY %	43,1	45,6	40,7	34,0	33,4	31,4

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Türkiye'nin makine halısı ihracatındaki değişimde 2012-2017 yılları arasında %12,8 oranında artmıştır. Bu dönemde Avrupa Birliği ülkelerine makine halısı ihracatı %38,4 oranında artarken ABD'ye ihracat aynı dönemde %190,8 oranında artmıştır.

Tablo 125: Ülke Bazında Makine Halısı İhracatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
MAKİNE HALISI	10,3	8,0	-13,3	-3,6	13,4	12,8
AB ÜLKELERİ	12,9	22,8	-13,0	8,2	6,1	38,4
ALMANYA	11,3	19,3	-10,3	-2,6	1,0	17,1
İNGİLTERE	-2,2	44,0	0,3	0,6	8,6	54,1
POLONYA	2,1	13,8	-28,0	17,9	2,1	0,7
BELÇİKA	20,5	-9,8	-0,6	21,8	-5,0	25,0
DİĞER AB ÜLKELERİ	22,7	25,7	-19,6	16,5	10,9	60,3
ABD	22,6	22,0	7,1	26,9	43,1	190,8
SUUDİ ARABİSTAN	-3,6	15,6	4,3	-16,8	-3,3	-6,4
IRAK	-4,1	6,0	-7,7	-37,4	60,0	-6,1
B.ARAP EMİRLİKLERİ	1,6	21,9	-5,9	-0,5	-10,4	3,9
DİĞER ÜLKELER	16,7	-3,7	-27,6	-5,2	6,5	-17,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2018

Makine halısı ithalatında Türkiye 2017 yılında 52,4 milyon \$'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Bu ithalat değeri içinde %19,2'lik pay ve 10 milyon \$'lık ithalat değeri ile Çin ilk sırada yer alırken, %18,1'lik pay ve 9,5 milyon \$'lık değer ile ikinci sırada Hollanda bulunmaktadır.

Tablo 126: Ülke Bazında Makine Halısı İthalatı

DEĞER / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>						
MAKİNE HALISI	67,9	78,1	72,4	69,3	54,5	52,4
ÇİN	9,0	12,8	13,5	14,3	10,8	10,0
PAY %	13,2	16,4	18,7	20,6	19,7	19,2
HOLLANDA	7,1	9,3	9,5	9,1	7,1	9,5
PAY %	10,4	12,0	13,2	13,2	13,1	18,1
BELÇİKA	14,5	14,9	13,6	10,9	9,0	8,9
PAY %	21,3	19,1	18,8	15,8	16,5	17,0
İNGİLTERE	3,2	5,9	5,8	4,8	4,1	4,9
PAY %	4,7	7,6	8,1	6,9	7,5	9,3
HİNDİSTAN	7,4	7,6	8,3	7,9	5,4	4,6
PAY %	11,0	9,7	11,5	11,4	9,9	8,8
MISIR	3,8	4,6	4,0	4,9	2,6	1,8
PAY %	5,6	5,9	5,6	7,1	4,7	3,4
İTALYA	0,7	1,2	1,2	2,3	2,1	1,7
PAY %	1,1	1,6	1,7	3,4	3,8	3,2
A.B.D.	2,3	3,8	2,4	2,9	2,1	1,6
PAY %	3,4	4,9	3,3	4,2	3,8	3,0
ALMANYA	5,2	5,2	3,7	2,1	1,8	1,6
PAY %	7,6	6,7	5,1	3,1	3,2	3,0
DİĞER ÜLKELER	14,7	12,7	10,1	10,0	9,7	7,9
PAY %	21,7	16,2	14,0	14,5	17,7	15,1

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

Türkiye'nin makine halısı ithalatının değişim oranlarına bakıldığında, 2012-2017 yılları arasında %22,9 oranında azalış olduğu görülmektedir. Çin'den ithalat %11,7 oranında artarken Hollanda'dan bu ürün grubundaki ithalat %33,9 oranında artmıştır.

Tablo 127: Ülke Bazında Makine Halısı İthalatı Değişimi

DEĞER / DEĞİŞİM	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2012-2017
<i>Birim: %</i>						
MAKİNE HALISI	15,0	-7,3	-4,2	-21,4	-3,9	-22,9
ÇİN	42,6	5,5	5,5	-24,5	-6,7	11,7
HOLLANDA	32,3	1,9	-3,9	-22,1	32,8	33,9
BELÇİKA	2,8	-8,5	-19,7	-18,0	-1,0	-38,7
İNGİLTERE	87,5	-1,6	-17,9	-14,8	19,0	53,5
HİNDİSTAN	1,4	10,5	-5,7	-31,1	-14,9	-38,0
MISIR	21,0	-12,1	21,4	-47,9	-29,9	-52,9
İTALYA	61,9	2,9	86,6	-10,2	-21,0	120,8
A.B.D.	66,0	-36,6	20,7	-28,6	-23,8	-30,8
ALMANYA	0,7	-28,9	-41,9	-18,4	-9,8	-69,4
DİĞER ÜLKELER	-13,8	-20,2	-0,9	-3,7	-18,2	-46,3

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, 2018

2.1.3. Sektörlerin Ülke Ekonomisi ve Dünya Ticaretindeki Yeri

Tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri, geçmişten günümüze Türk ekonomisinin gelişmesinin temelini oluşturmaktadır;

- Ekonomik kalkınmada temel sanayidir.
- Sermaye birikimi ve diğer sanayilerin gelişmesine katkı sağlamıştır.
- Dünya ekonomisine entegre olan ilk sektörlerdir.
- Geniş çapta ve ülkenin her bölgesinde yaygın istihdam sağlamaktadır.
- Bu bakımdan gelir dağılımı ve artışına katkıda bulunmaktadır.

Hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörleri üretim, istihdam, katma değer ve ihracat açısından ülkemizin önde gelen sektörlerindendir.

Tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri:

- GSMH'nin %6,6'sını,
- İmalat üretiminin %15,2'sini,
- İmalatta işgücünün %27,8'ini,
- Toplam ihracat gelirinin %19,8'ini gerçekleştirmektedir.

Sektörler dünya pazarlarında da söz sahibidir:

Türkiye;

Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında

- Dünyanın 7. büyük tedarikçisi
- AB'nin Çin ve Bangladeş'ten sonra üçüncü büyük tedarikçisi
- Çin ve İtalya'dan sonra dünyanın üçüncü büyük çorap tedarikçisi
- Çin, Bangladeş ve Vietnam'dan sonra dünyanın dördüncü büyük örme giyim tedarikçisidir.

Tekstil ihracatında

- Dünyanın 7. büyük tedarikçisi
- AB'nin Çin'den sonra 2. büyük tedarikçisidir.

Organik pamuk üretiminde

- Organik pamuk üretiminde dünyanın önde gelen üreticisidir.

Deri ve deri mamulleri ihracatında

- Dünyanın 13. büyük tedarikçisi
- AB'nin 8. büyük tedarikçisi
- Dünyanın 4. büyük kürk giyim, 7. büyük deri giyim tedarikçisidir.

Halı ihracatında

- Dünyanın Çin'den sonra 2. büyük tedarikçisi
- AB'nin 2. büyük tedarikçisi
- Dünya'nın 2. en büyük makine halısı tedarikçisi
- Dünyanın 8. büyük el halısı tedarikçisidir.

Dünya Dış Ticaretinde Sektörlerin Gelişimi

Dünya genelinde hazır giyim, tekstil deri ve halı sektörleri 17,4 trilyon \$'lık genel ihracat içerisinde 1 trilyon \$'lık ihracat değeri ile %6'luk paya sahiptir.

Tablo 128: Tablo: Dünya Hazır giyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Gelişimi

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
GENEL İHRACAT	18.985	18.981	16.506	16.013	17.421
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	1.054	1.104	1.023	993	1.037
PAY %	5,6	5,8	6,2	6,2	6,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genel ihracatının 2013-2017 yılları arasındaki %8,2'lik düşüşe karşın sektörlerin toplam ihracatı %1,6 ile daha düşük bir oranda azalmıştır.

Tablo 129: Dünya Genel İhracat ve Hazır giyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
GENEL İHRACAT	0,0	-13,0	-3,0	8,8	-8,2
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	4,7	-7,3	-2,9	4,5	-1,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Toplamda 17,7 trilyon \$ değerindeki toplam ithalatta sektörler 959,9 milyar \$'lık ithalat değeri ile %5,4'lük paya sahiptir.

Tablo 130: Dünya Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İthalatının Gelişimi

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
GENEL İTHALAT	18.965	18.973	16.641	16.163	17.718
TEKSTİL, HALI VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ İTHALATI	945,1	979,8	927,9	909,8	959,9
PAY %	5,0	5,2	5,6	5,6	5,4

Kaynak: ITC TradeMap ,2018

2013 yılında 19 trilyon \$ seviyesindeyken %6,6 düşüşle 17,7 trilyon \$ seviyesine gerileyen genel ithalata karşın hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve halı sektörleri aynı dönem içinde %1,6 artış kaydetmiştir.

Tablo 131: Dünya Genel İthalatı ve Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
GENEL İTHALAT	0,0	-12,3	-2,9	9,6	-6,6
TEKSTİL, HALI VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ İTHALATI	3,7	-5,3	-1,9	5,5	1,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya Dış Ticaretinde ve Sektörel Ticarete Türkiye'nin Yeri

2017 yılında 17,4 trilyon \$ değerindeki dünya genel ihracatında Türkiye 157,1 milyar \$ ile %0,9 paya sahiptir. 1 trilyon \$ seviyesindeki sektörlerin ihracatında ise Türkiye'nin 28,3 milyar \$'lık ihracat değeri ile %2,7 payı vardır.

Tablo 132: Dünya Genel İhracatında ve Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
GENEL İHRACAT	18.985	18.981	16.506	16.013	17.421
TÜRKİYE	151,8	157,6	143,9	142,5	157,1
PAY %	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	1.054	1.104	1.023	993	1.037
TÜRKİYE	29,3	31,0	27,7	27,5	28,3
PAY %	2,8	2,8	2,7	2,8	2,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013-2017 yılları arasında dünya genel ihracatındaki %8,2'lik düşüşe karşın Türkiye ihracatında %3,5 oranında artış kaydedilmiştir. Buna karşın, aynı dönem içinde Türkiye'nin sektörel ihracatı %3,6 oranında azalmıştır.

Tablo 133: Dünya ve Türkiye Genel İhracatının ve Hazırgiyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
Birim: %					
GENEL İHRACAT	0,0	-13,0	-3,0	8,8	-8,2
TÜRKİYE	3,8	-8,7	-0,9	10,2	3,5
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	4,7	-7,3	-2,9	4,4	-1,6
TÜRKİYE	5,6	-10,7	-0,5	2,7	-3,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılında Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve halı sektörleri bazında dünya sektörel ihracatı içerisindeki payı %2,7'dir. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için Türkiye 16,8 milyar \$ ile %3,3, tekstil sektöründe 7,9 milyar \$ ile %3,1, deri ve deri mamulleri sektöründe 1,4 milyar \$ ile %0,6 ve halı sektöründe 2,2 milyar \$ ile %14,5 paya sahiptir.

Tablo 134: Dünya Hazır giyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatında Sektörler Bazında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyar \$					
DÜNYA TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ İHRACATI	1.054	1.104	1.023	993	1.037
TÜRKİYE	29,3	31,0	27,7	27,5	28,3
PAY %	2,8	2,8	2,7	2,8	2,7
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	501,9	539,7	501,4	494,4	514,7
TÜRKİYE	17,2	18,5	16,7	16,7	16,8
PAY %	3,4	3,4	3,3	3,4	3,3
TEKSTİL İHRACATI	281,2	279,5	256,7	246,0	252,2
TÜRKİYE	8,4	8,5	7,6	7,6	7,9
PAY %	3,0	3,1	3,0	3,1	3,1
DERİ İHRACATI	254,7	267,6	249,9	237,0	255,3
TÜRKİYE	1,6	1,6	1,3	1,3	1,4
PAY %	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6
HALI İHRACATI	16,4	16,9	14,8	15,2	14,9
TÜRKİYE	2,2	2,3	2,0	1,9	2,2
PAY %	13,4	13,9	13,6	12,6	14,5

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Sektörler bazında incelendiğinde, dünya genelinde hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ihracatında 2013-2017 yılları arasında %2,6 artış yaşanırken Türkiye'nin ihracatı %1,9 oranında azalmıştır. Aynı dönem için, tekstil sektörü ihracatı dünya genelinde %10,3 oranında azalırken Türkiye'nin ihracatı %6,2 oranında azalmıştır. Deri ve deri mamulleri sektöründe dünya ihracatı bu dönemde %0,2 oranında artarken, Türkiye'nin ihracatı %11,7 oranında azalmıştır. Halı sektöründe ise dünya çapında ihracat bu dönemde %9,1 oranında azalırken, Türkiye'nin ihracatı %1,2 oranında azalmıştır.

Tablo 135: Dünya ve Türkiye Hazır giyim, Tekstil, Deri ve Halı Ürünleri İhracatının Sektörler Bazında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
DÜNYA TOPLAM HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ İHRACATI	4,7	-7,3	-2,9	4,4	-1,6
TÜRKİYE	5,6	-10,7	-0,5	2,7	-3,6
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	7,5	-7,1	-1,4	4,1	2,6
TÜRKİYE	7,8	-9,4	-0,1	0,5	-1,9
TEKSTİL İHRACATI	-0,6	-8,2	-4,2	2,5	-10,3
TÜRKİYE	2,0	-11,1	-0,3	3,8	-6,2
DERİ İHRACATI	5,1	-6,6	-5,2	7,7	0,2
TÜRKİYE	-0,8	-18,6	-0,4	9,9	-11,7
HALI İHRACATI	3,5	-12,8	2,6	-1,9	-9,1
TÜRKİYE	7,3	-14,4	-4,8	13,1	-1,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

2017 yılında 514,7 milyar \$ değerinde gerçekleşen dünya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında Türkiye, 16,8 milyar \$ değerinde ihracatı ile %3,3 oranında paya sahiptir.

Ürün grupları bazında hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatı incelendiğinde ise, Türkiye 226,8 milyar \$'lık örme hazır giyim ürünleri içinde 8,8 milyar \$'lık ihracatı ile %3,9; 226,1 milyar \$'lık dokuma giyim ürünleri içinde 6 milyar \$ ile %2,6 ve 61,8 milyar \$'lık hazır eşyalar içinde 2 milyar \$ ile %3,3 paya sahiptir.

Tablo 136: Dünya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
DÜNYA KONFEKSİYON İHRACATI (FASIL 61-63)	501,9	539,7	501,4	494,4	514,7
TÜRKİYE	17,2	18,5	16,7	16,7	16,8
PAY %	3,4	3,4	3,3	3,4	3,3
ÖRME HAZIRGIYIM	230,9	239,6	220,4	217,6	226,8
TÜRKİYE	9,2	10,0	8,9	8,8	8,8
PAY %	4,0	4,2	4,1	4,1	3,9
DOKUMA HAZIRGIYIM	208,5	233,5	219,7	216,3	226,1
TÜRKİYE	5,7	6,2	5,9	5,9	6,0
PAY %	2,7	2,7	2,7	2,7	2,6
HAZIR EŞYA	62,5	66,6	61,3	60,5	61,8
TÜRKİYE	2,2	2,2	1,9	2,0	2,0
PAY %	3,5	3,3	3,1	3,2	3,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013-2017 yılları arasında dünya genelinde hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatında ürün grupları bazındaki artış eğilimine karşın Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatında azalışlar yaşanmıştır.

Tablo 137: Dünya ve Türkiye Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatının Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
DÜNYA KONFEKSİYON İHRACATI (FASIL 61-63)	7,5	-7,1	-1,4	4,1	2,6
TÜRKİYE	7,8	-9,4	-0,1	0,5	-1,9
ÖRME HAZIRGIYIM	3,8	-8,0	-1,3	4,2	-1,8
TÜRKİYE	8,4	-10,9	-0,9	0,0	-4,3
DOKUMA HAZIRGIYIM	12,0	-5,9	-1,5	4,6	8,5
TÜRKİYE	9,1	-5,1	0,1	0,4	4,1
HAZIR EŞYA	6,5	-8,0	-1,3	2,1	-1,2
TÜRKİYE	1,7	-14,7	2,9	3,2	-7,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe dünyanın en büyük tedarikçisi 2017 yılında 172 milyar \$'lık ihracat değeri ile Çin'dir. Türkiye ise 16,8 milyar \$'lık ihracat değeri ile dünyanın en büyük altıncı tedarikçisi konumundadır.

Tablo 138: Dünya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DÜNYA KONFEKSİYON İHRACATI		501,9	539,7	501,4	494,4	514,7	2,6
1	ÇİN	191,9	201,9	189,2	172,0	172,0	-10,3
2	BANGLADEŞ	20,4	-	27,4	34,6	35,2	72,0
3	VİETNAM	17,9	21,0	22,8	23,8	28,3	58,0
4	ALMANYA	21,1	22,5	19,4	19,9	23,7	12,0
5	İTALYA	22,5	23,9	20,2	20,8	22,2	-1,6
6	TÜRKİYE	17,2	18,5	16,7	16,7	16,8	-1,9
7	HİNDİSTAN	20,4	21,2	21,7	21,5	16,0	-21,8
8	İSPANYA	11,6	12,7	12,6	13,0	14,6	25,4
9	HONG KONG	21,1	19,7	17,8	15,2	14,0	-33,4
10	HOLLANDA	10,1	11,6	9,7	10,5	11,6	14,1

Kaynak: ITC TradeMap, 2017

Toplamda 466,7 milyar \$ olan hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ithalatında 99,1 milyar \$ ile ilk sırada Amerika Birleşik Devletleri yer almaktadır. Türkiye ise 2,3 milyar \$ ile 30.sırada bulunmaktadır.

Tablo 139: Dünya Konfeksiyon İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DÜNYA KONFEKSİYON İTHALATI		449,8	471,1	450,7	446,7	466,7	3,8
1	ABD	97,1	99,6	104,0	102,0	99,1	2,0
2	ALMANYA	39,8	42,6	38,4	39,4	41,9	5,1
3	JAPONYA	35,6	33,1	30,3	29,7	29,9	-16,0
4	İNGİLTERE	27,3	30,2	29,1	26,9	26,6	-2,7
5	FRANSA	24,9	26,5	23,9	23,9	25,0	0,6
6	İSPANYA	15,4	17,6	17,7	18,2	19,3	25,4
7	HOLLANDA	14,8	16,9	15,9	16,7	17,4	17,5
8	İTALYA	16,1	17,6	15,7	15,9	16,4	1,8
9	HONG KONG	15,7	15,5	14,4	12,9	12,0	-23,6
10	KANADA	10,5	10,6	10,3	10,1	10,6	1,5
30	TÜRKİYE	3,0	3,1	2,8	2,7	2,3	-23,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Örme Giyim

Dünya genelinde örme giyim ürünleri ihracatında 2017 yılında ilk sırada 72 milyar \$ ile Çin bulunmaktadır. Türkiye 8,8 milyar \$ ile beşinci sırada yer almaktadır.

Tablo 140: Dünya Örme Giyim İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
ÖRME HAZIRGIYIM		230,9	239,6	220,4	217,6	226,8	-1,8
1	ÇİN	96,8	92,0	83,8	74,4	72,0	-25,6
2	BANGLADEŞ	9,6	0,0	12,8	16,8	17,5	83,1
3	VİETNAM	7,9	9,2	10,1	10,8	13,0	64,8
4	ALMANYA	8,6	9,3	8,1	8,2	10,0	16,2
5	TÜRKİYE	9,2	10,0	8,9	8,8	8,8	-4,3
6	İTALYA	8,3	8,8	7,4	7,8	8,7	5,5
7	KAMBOÇYA	4,5	5,1	5,6	6,1	7,7	69,2
8	HONG KONG	11,1	10,5	9,2	7,8	7,1	-35,8
9	HİNDİSTAN	7,0	7,5	7,8	7,9	6,1	-12,7
10	İSPANYA	4,5	4,6	4,4	4,8	5,4	21,5

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılı örme hazır giyim ürünleri ithalatı 205,5 milyar \$ olarak kaydedilmiştir. Bu ithalat içinde ise 45,8 milyar \$ ile ilk sırada ABD bulunmaktadır. Yaklaşık 1 milyar \$'lık ithalat rakamı ile 40. sırada bulunan Türkiye'nin örme giyim ürünleri ithalatı 2013-2017 yılları arasında %21,8 oranında azalmıştır.

Tablo 141: Dünya Örme Giyim İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
ÖRME HAZIRGIYIM		195,6	205,8	195,6	195,6	205,5	5,1
1	ABD	44,4	46,6	48,5	47,2	45,8	3,1
2	ALMANYA	17,6	19,0	17,1	17,6	19,0	7,6
3	JAPONYA	15,7	14,6	13,3	12,9	12,8	-18,3
4	İNGİLTERE	12,8	14,0	13,4	12,4	12,5	-2,7
5	FRANSA	11,0	11,7	10,3	10,3	10,8	-1,6
6	İTALYA	7,6	8,3	7,4	7,5	8,0	5,1
7	HOLLANDA	6,9	7,9	7,2	7,7	7,9	15,5
8	İSPANYA	6,5	7,4	7,0	7,5	7,9	20,8
9	HONG KONG	8,2	8,1	7,3	6,4	6,0	-26,8
10	KANADA	4,7	4,8	4,7	4,6	4,9	4,6
40	TÜRKİYE	0,9	1,0	0,9	0,8	0,7	-21,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dokuma Giyim

2013 yılında 208,5 milyar \$ olan dokuma giyim ürünleri ihracatı 2017 yılında %8,5 oranında artışla 226,1 milyar \$'a yükselmiştir. En fazla dokuma giyim ürünleri ihracatı yapan ülke ise 73,6 milyar \$ ile Çin'dir. Türkiye ise 6 milyar \$ ile onuncu sırada yer almaktadır.

Tablo 142: Dünya Dokuma Giyim İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DOKUMA GİYİM		208,5	233,5	219,7	216,3	226,1	8,5
1	ÇİN	68,3	81,4	78,4	72,1	73,6	7,8
2	BANGLADEŞ	10,0	0,0	13,8	16,8	16,6	66,0
3	VİETNAM	8,8	10,5	11,3	11,6	13,8	56,8
4	İTALYA	13,4	14,2	12,0	12,1	12,6	-5,7
5	ALMANYA	9,7	10,2	8,6	8,9	10,8	11,0
6	İSPANYA	6,6	7,4	7,5	7,4	8,3	26,2
7	HONG KONG	9,7	8,9	8,3	7,1	6,6	-31,3
8	HİNDİSTAN	8,7	9,1	9,3	9,1	6,2	-29,2
9	FRANSA	6,0	6,2	5,7	5,7	6,0	0,3
10	TÜRKİYE	5,7	6,2	5,9	5,9	6,0	4,1

Kaynak: ITC TradeMap, 2017

2013 yılında 200,9 milyar \$ olan dokuma hazır giyim ithalatı 2017 yılında %1,2 artışla 203,3 milyar \$ olmuştur. Dokuma hazır giyim ithalatında ilk sırada 37,8 milyar \$ ile ABD yer almaktadır. Türkiye ise 2017 yılında 1,3 milyar \$'lık ithalat ile 27.sırada bulunmaktadır.

Tablo 143: Dünya Dokuma Giyim İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DOKUMA GİYİM		200,9	208,6	200,5	197,0	203,3	1,2
1	ABD	39,3	39,1	40,6	40,0	37,8	-3,8
2	ALMANYA	18,1	19,1	17,2	17,7	18,5	2,4
3	JAPONYA	16,1	14,8	13,5	13,3	13,6	-15,8
4	FRANSA	11,4	12,2	11,2	11,2	11,7	2,5
5	İNGİLTERE	12,2	13,5	13,1	12,1	11,7	-3,9
6	İSPANYA	7,8	8,9	9,4	9,3	10,0	28,5
7	HOLLANDA	6,6	7,4	7,2	7,4	7,7	16,7
8	İTALYA	7,3	8,0	7,2	7,1	7,2	-2,2
9	HONG KONG	7,2	7,0	6,7	6,1	5,7	-20,3
10	KORE	4,9	5,6	5,4	5,3	5,7	15,7
27	TÜRKİYE	1,9	1,9	1,8	1,7	1,3	-27,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Hazır Eşya

Dünya genelinde 2017 yılında 61,8 milyar \$'lık hazır eşya ihracatı gerçekleştirilmiştir. Hazır eşya ihracatında ilk sırada 26,5 milyar \$ ile Çin bulunurken Türkiye 2 milyar \$ ile altıncı sırada yer almaktadır.

Tablo 144: Dünya Hazır Eşya İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
Birim: Milyar \$							
HAZIR EŞYA		62,5	66,6	61,3	60,5	61,8	-1,2
1	ÇİN	26,8	28,5	26,9	25,5	26,5	-1,3
2	PAKİSTAN	3,7	3,9	3,8	3,8	4,0	7,3
3	HİNDİSTAN	4,7	4,6	4,6	4,6	3,7	-21,5
4	ALMANYA	2,8	3,1	2,8	2,8	2,9	3,1
5	ABD	2,2	2,2	2,2	2,0	2,1	-1,6
6	TÜRKİYE	2,2	2,2	1,9	2,0	2,0	-7,9
7	VİETNAM	1,2	1,3	1,4	1,4	1,4	20,0
8	HOLLANDA	1,2	1,3	1,2	1,3	1,4	17,2
9	MEKSİKA	0,9	1,0	1,0	1,0	1,2	22,9
9	POLONYA	0,9	1,0	0,9	1,0	1,1	23,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2017

2013 yılında 53,3 milyar \$ olan hazır eşya ithalatı 2017 yılında %8,6 oranında artarak 57,9 milyar \$ olarak kaydedilmiştir. 2017 yılında en fazla hazır eşya ithal eden ülke ise 15,5 milyar \$ ile ABD'dir. Türkiye ise 200 milyon \$ ile 48. sırada bulunmaktadır.

Tablo 145: Dünya Hazır Eşya İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
Birim: Milyar \$							
HAZIR EŞYA		53,3	56,7	54,5	54,2	57,9	8,6
1	ABD	13,4	13,9	14,9	14,8	15,5	15,3
2	ALMANYA	4,1	4,5	4,1	4,2	4,4	5,9
3	JAPONYA	3,8	3,7	3,4	3,4	3,5	-7,4
4	FRANSA	2,5	2,6	2,4	2,4	2,5	1,8
5	İNGİLTERE	2,3	2,6	2,6	2,4	2,4	3,8
6	HOLLANDA	1,4	1,6	1,6	1,6	1,8	31,3
7	İSPANYA	1,1	1,3	1,4	1,4	1,4	30,6
8	KANADA	1,4	1,4	1,3	1,3	1,4	-1,7
9	AVUSTRALYA	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	13,3
10	İTALYA	1,2	1,3	1,2	1,2	1,3	5,4
48	TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	10,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya Tekstil Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

2017 yılında 252,2 milyar \$ seviyesinde olan dünya genel tekstil ihracatı içinde 7,9 milyar \$ ile Türkiye %3,1 paya sahiptir. 33 milyar \$ olan dünya elyaf ihracatında 0,3 milyar \$ ile Türkiye %1, 45,9 milyar \$'lık iplik ihracatında 1,8 milyar \$ ile %3,9, 72,9 milyar \$'lık dokuma kumaş ihracatında 2,5 milyar \$ ile %3,4 ve 34,7 milyar \$'lık örme kumaş ihracatında 1,6 milyar \$ ile %4,5 paya sahiptir.

Tablo 146: Dünya Tekstil Ürünleri İhracatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyar \$					
DÜNYA TOPLAM TEKSTİL ÜRÜNLERİ İHRACATI (FASIL 50-56 & 58-60)	281,2	279,5	256,7	246,0	252,2
TÜRKİYE	8,4	8,5	7,6	7,6	7,9
PAY %	3,0	3,1	3,0	3,1	3,1
ELYAF İHRACATI	42,1	37,6	31,6	30,1	33,0
TÜRKİYE	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
PAY %	0,8	0,8	1,0	1,1	1,0
İPLİK İHRACATI	54,6	53,2	47,5	45,2	45,9
TÜRKİYE	1,7	1,8	1,6	1,6	1,8
PAY %	3,2	3,3	3,4	3,6	3,9
DOKUMA KUMAŞ İHRACATI	84,2	85,0	79,6	75,0	72,9
TÜRKİYE	2,8	2,9	2,6	2,5	2,5
PAY %	3,4	3,4	3,3	3,3	3,4
ÖRME KUMAŞ İHRACATI	32,7	34,0	33,2	32,5	34,7
TÜRKİYE	1,7	1,7	1,4	1,5	1,6
PAY %	5,1	5,0	4,3	4,6	4,5
TEKNİK TEKSTİL İHRACATI	96,8	102,7	94,4	94,8	101,0
TÜRKİYE	1,5	1,6	1,4	1,5	1,5
PAY %	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5
EV TEKSTİLİ İHRACATI	49,2	51,6	47,6	46,8	47,6
TÜRKİYE	2,0	2,1	1,8	1,8	1,9
PAY %	4,1	4,0	3,7	3,8	3,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Tekstil ürünleri ihracatında dünya genelinde 2013-2017 yılları arasında yaşanan %10,3'lük düşüşe karşın Türkiye tekstil ürünleri ihracatında aynı dönem içinde %6,2 düşüş kaydetmiştir.

Tablo 147: Dünya ve Türkiye Tekstil Ürünleri İhracatının Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
DÜNYA TOPLAM TEKSTİL ÜRÜNLERİ İHRACATI (FASIL 50-56 & 58-60)	-0,6	-8,2	-4,2	2,5	-10,3
TÜRKİYE	2,0	-11,1	-0,3	3,8	-6,2
ELYAF İHRACATI	-10,7	-15,9	-4,8	9,7	-21,6
TÜRKİYE	-4,2	2,8	4,7	-6,2	-3,3
İPLİK İHRACATI	-2,5	-10,7	-4,9	1,5	-15,9
TÜRKİYE	2,4	-9,7	1,3	10,3	3,5
DOKUMA KUMAŞ İHRACATI	1,0	-6,4	-5,8	-2,8	-13,4
TÜRKİYE	2,3	-10,5	-4,1	-1,5	-13,5
ÖRME KUMAŞ İHRACATI	3,9	-2,2	-2,1	6,6	6,0
TÜRKİYE	0,7	-14,9	4,0	3,8	-7,5
TEKNİK TEKSTİL İHRACATI	6,1	-8,0	0,4	6,5	4,3
TÜRKİYE	3,1	-9,3	1,9	5,2	0,4
EV TEKSTİLİ İHRACATI	5,0	-7,8	-1,8	1,7	-3,3
TÜRKİYE	1,0	-14,4	2,4	3,3	-8,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelinde tekstil ürünleri ihracatında ilk sırada 83,1 milyar \$ ile Çin yer almaktadır. Çin'i 17,8 milyar \$ ile Amerika Birleşik Devletleri ve 11,5 milyar \$ ile İtalya izlemektedir. Dünya genelinde 2013-2017 yılları arasındaki tekstil sektöründeki %10,3'lük düşüşe karşın Çin'in ihracat değeri aynı dönem içinde %4,4 oranında artmıştır.

Tablo 148: Dünya Tekstil Ürünleri İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	281,2	279,5	256,7	246,0	252,2	-10,3
1 ÇİN	79,6	83,0	81,6	78,7	83,1	4,4
2 ABD	18,4	17,5	16,4	15,6	17,8	-3,5
3 İTALYA	13,0	13,4	11,3	11,2	11,5	-11,6
4 ALMANYA	14,3	14,5	12,3	12,3	11,5	-19,9
5 KORE	13,1	12,9	11,5	10,8	10,8	-17,2
6 HİNDİSTAN	18,1	15,6	13,7	12,2	9,3	-48,5
7 TAYVAN	10,7	10,6	9,9	9,1	9,2	-13,6
8 TÜRKİYE	8,4	8,5	7,6	7,6	7,9	-6,2
9 HONG KONG	10,5	9,4	8,7	7,5	7,3	-30,5
10 JAPONYA	7,9	7,8	7,2	6,9	6,8	-13,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya geneli tekstil ürünleri ithalatında ilk sırada 23,8 milyar \$'lık ithalat değeri ile Çin yer almaktadır. Çin'in ithalat değeri 2013-2017 yılları arasında %32,1 oranında düşerken Vietnam'ın ithalat değeri %63,2 oranında artarak 12,3 milyar \$'dan 23,8 milyar \$'a yükselmiştir.

Tablo 149: Dünya Tekstil Ürünleri İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)		242,7	243,4	225,7	218,1	236,7	-2,5
1	ÇİN	35,0	29,7	25,7	21,8	23,8	-32,1
2	VİETNAM	12,3	13,9	14,9	15,4	20,1	63,2
3	ABD	12,2	12,7	13,0	12,2	12,1	-0,6
4	BANGLADEŞ	8,6	0,0	10,9	9,9	10,1	17,4
5	TÜRKİYE	9,3	9,7	8,3	8,2	9,5	2,2
6	ALMANYA	10,1	10,2	8,7	8,7	9,1	-9,1
7	İTALYA	9,0	9,3	7,9	7,8	8,3	-6,9
8	ENDONEZYA	7,9	8,0	7,5	7,6	7,5	-4,5
9	HONG KONG	10,1	9,0	8,1	7,0	6,7	-33,6
10	MEKSİKA	6,1	6,2	6,3	6,0	6,1	-1,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Elyaf

2013 yılında dünya genelinde 42,1 milyar \$ olan elyaf ihracatı 2017 yılında %21,6 oranında düşerek 33 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Elyaf ihracatında ilk sırada yer alan ABD'nin ihracatı 2013 yılına göre %5,3 oranında düşerek 7,1 milyar \$ olarak hesaplanmıştır.

Tablo 150: Dünya Elyaf İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
ELYAF		42,1	37,6	31,6	30,1	33,0	-21,6
1	ABD	7,4	6,2	5,4	5,3	7,1	-5,3
2	AVUSTRALYA	5,0	4,0	3,0	3,4	4,5	-10,9
3	ÇİN	3,0	3,2	2,9	2,8	3,2	3,8
4	HİNDİSTAN	5,5	3,7	2,7	2,3	1,7	-69,0
5	BREZİLYA	1,3	1,5	1,4	1,3	1,5	13,3
6	KORE	1,5	1,4	1,2	1,1	1,3	-8,8
7	BELÇİKA	1,2	1,2	1,1	0,9	0,9	-29,2
8	JAPONYA	1,5	1,5	1,5	0,9	0,8	-47,1
9	TAYLAND	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8	3,7
10	TAYVAN	1,1	1,1	0,9	0,8	0,8	-31,3
19	TÜRKİYE	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	-3,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelinde 2017 yılında 36,2 milyar \$'lık elyaf ithalatı yapılırken ilk sırada 7,6 milyar \$ ile Çin bulunmaktadır. Türkiye ise 2017 yılında 2013 yılına göre %2,5 artışla 3,1 milyar \$'lık elyaf ithal ederek ikinci sırada yer almıştır.

Tablo 151: Dünya Elyaf İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
ELYAF		46,1	41,5	35,9	32,9	36,2	-21,6
1	ÇİN	14,5	10,6	7,8	6,1	7,6	-47,7
2	TÜRKİYE	3,0	3,1	2,5	2,5	3,1	2,5
3	VİETNAM	1,8	2,0	2,2	2,2	2,6	43,1
4	ENDONEZYA	2,2	2,3	1,9	1,9	2,0	-8,4
5	İTALYA	1,9	1,8	1,5	1,5	1,6	-12,1
6	HİNDİSTAN	1,3	1,5	1,4	1,9	1,6	20,6
7	BANGLADEŞ	2,5	0,0	2,7	1,4	1,6	-36,9
8	ALMANYA	1,6	1,5	1,3	1,3	1,4	-16,7
9	PAKİSTAN	1,2	1,1	1,1	1,1	1,3	11,1
10	ABD	1,3	1,4	1,5	1,3	1,3	-1,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

İplik

Dünya iplik ihracatı 2017 yılında 2013 yılına göre %15,9 oranında azalarak 45,9 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Aynı dönemde Çin %4,5 oranında düşüşle 10,9 milyar \$'lık iplik ihracatı gerçekleştirirken Türkiye %3,5 oranında artışla 1,8 milyar \$'lık iplik ihracatı ile dünya genelinde yedinci sırada yer almıştır.

Tablo 152: Dünya İplik İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
İPLİK		54,6	53,2	47,5	45,2	45,9	-15,9
1	ÇİN	11,4	11,3	10,2	10,0	10,9	-4,5
2	HİNDİSTAN	7,1	6,3	5,6	5,0	3,9	-44,3
3	VİETNAM	2,1	2,5	2,5	2,9	3,5	69,6
4	ABD	3,1	3,3	3,2	2,9	3,0	-2,9
5	ENDONEZYA	2,4	2,5	2,3	2,2	2,3	-3,1
6	İTALYA	2,6	2,6	2,1	2,0	2,1	-20,1
7	TÜRKİYE	1,7	1,8	1,6	1,6	1,8	3,5
8	HONG KONG	3,0	2,6	2,3	1,8	1,7	-44,1
9	TAYVAN	2,0	1,9	1,5	1,4	1,5	-28,4
10	KORE	1,7	1,6	1,4	1,3	1,4	-20,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelinde 2017 yılında 47,9 milyar \$ değerinde iplik ithal edilirken ilk sırada 7,6 milyar \$ ile Çin yer almaktadır. Türkiye 2013 yılına göre %16 oranında artışla 3,5 milyar \$ iplik ithal etmiştir.

Tablo 153: Dünya İplik İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
İPLİK		51,9	51,3	47,1	44,2	47,9	-7,7
1	ÇİN	9,3	8,6	8,6	7,2	7,6	-18,4
2	TÜRKİYE	3,0	3,2	2,9	3,0	3,5	16,0
3	İTALYA	2,5	2,6	2,1	2,2	2,3	-9,2
4	ABD	2,2	2,1	2,1	1,9	1,8	-16,5
5	BANGLADEŞ	1,6	0,0	2,0	2,0	1,8	11,5
6	KORE	2,1	2,1	1,9	1,8	1,8	-15,5
7	ALMANYA	2,0	2,0	1,7	1,7	1,8	-10,5
8	HONG KONG	3,3	2,6	2,3	1,9	1,7	-47,8
9	VİETNAM	1,1	1,3	1,3	1,3	1,6	42,8
10	BREZİLYA	1,5	1,5	1,1	1,1	1,3	-18,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dokuma Kumaş

2017 yılında dünya genelinde yaklaşık 72,9 milyar \$'lık dokuma kumaş ihrac edilmiştir. Türkiye 2,5 milyar \$'lık dokuma kumaş ihracatı ile dünya genelinde beşinci sırada yer almıştır.

Tablo 154: Dünya Dokuma Kumaş İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DOKUMA KUMAŞ		84,2	85,0	79,6	75,0	72,9	-13,4
1	ÇİN	35,9	37,1	37,1	35,1	35,3	-1,6
2	İTALYA	5,3	5,4	4,6	4,6	4,7	-11,4
3	HİNDİSTAN	4,2	4,3	4,1	3,6	2,7	-36,8
4	KORE	3,2	3,3	2,9	2,6	2,5	-21,9
5	TÜRKİYE	2,8	2,9	2,6	2,5	2,5	-13,5
6	PAKİSTAN	3,2	3,0	2,6	2,4	2,4	-25,4
7	JAPONYA	2,6	2,4	2,3	2,3	2,2	-13,5
8	ALMANYA	2,7	2,8	2,3	2,2	2,2	-19,2
9	TAYVAN	2,4	2,4	2,3	2,0	2,0	-15,0
10	ABD	1,7	1,8	1,7	1,5	1,6	-6,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013 yılı genelinde 64,4 milyar \$ olan dokuma kumaş ithalatı 2017 yılında %1,1 oranında azalarak 63,7 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Vietnam dokuma kumaş ithalatını 2013 yılına göre %52,4 oranında arttırarak 6,8 milyar \$ seviyesine çıkartarak ilk sırada yer almıştır. Türkiye'nin ise aynı dönemde dokuma kumaş ithalatı %21,3 oranında azalarak 1,5 milyar \$ olarak hesaplanmıştır.

Tablo 155: Dünya Dokuma Kumaş İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DOKUMA KUMAŞ		64,4	65,4	62,6	59,3	63,7	-1,1
1	VİETNAM	4,4	5,0	5,3	5,2	6,8	52,4
2	BANGLADEŞ	4,0	0,0	5,3	4,8	4,7	18,2
3	ÇİN	5,0	4,5	3,9	3,4	3,3	-33,5
4	ABD	2,6	2,7	2,7	2,4	2,3	-11,7
5	ENDONEZYA	2,3	2,3	2,3	2,5	2,3	-0,7
6	İTALYA	2,2	2,3	2,0	2,0	2,0	-9,9
7	ALMANYA	2,3	2,4	1,9	1,8	1,8	-21,0
8	B.ARAP EMİRLİKLERİ	1,6	1,7	1,4	1,2	1,7	2,4
9	HONG KONG	2,8	2,4	2,2	1,7	1,5	-44,7
10	TÜRKİYE	1,9	1,9	1,6	1,4	1,5	-21,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Örme Kumaş

2017 yılında dünya genelinde 34,7 milyar \$'lık örme kumaş ihracatı gerçekleştirilmiştir. Örme kumaş ihracatında 16,5 milyar \$ ile ilk sırada Çin yer almaktadır. Türkiye ise 2013 yılına göre %7,5 oranında azalışla 1,6 milyar \$'lık örme kumaş ihraç ederek beşinci sırada yer almıştır.

Tablo 156: Dünya Örme Kumaş İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
ÖRME KUMAŞ		32,7	34,0	33,2	32,5	34,7	6,0
1	ÇİN	12,9	14,1	14,6	14,4	16,5	28,0
2	KORE	4,1	3,9	3,5	3,4	3,3	-20,4
3	TAYVAN	2,6	2,7	2,8	2,6	2,6	-0,2
4	HONG KONG	2,6	2,4	2,4	2,1	2,2	-14,0
5	TÜRKİYE	1,7	1,7	1,4	1,5	1,6	-7,5
6	İTALYA	1,3	1,4	1,1	1,0	1,1	-16,7
7	ALMANYA	1,0	1,0	0,8	0,8	0,9	-9,2
8	ABD	1,1	1,1	1,1	1,0	0,9	-18,0
9	JAPONYA	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	-5,6
10	FRANSA	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	-18,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılında 30,3 milyar \$ olarak hesaplanan örme kumaş ithalatında, dokuma kumaş ithalatında olduğu gibi ilk sırada 6 milyar \$'lık ithalat değeri ile Vietnam yer almaktadır. Türkiye ise 2013 yılına göre %15,2 artış ve 500 milyon \$'lık ithalat değeri ile 12.sırada bulunmaktadır.

Tablo 157: Dünya Örme Kumaş İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
ÖRME KUMAŞ		25,2	27,0	25,9	26,5	30,3	20,3
1	VİETNAM	2,7	3,2	3,6	3,9	6,0	118,6
2	KAMBOÇYA	1,6	2,0	2,0	2,2	2,1	30,3
3	HONG KONG	2,3	2,2	2,1	1,9	2,1	-9,9
4	ÇİN	2,3	2,0	1,8	1,7	1,7	-27,2
5	ENDONEZYA	1,3	1,4	1,4	1,3	1,2	-7,6
6	BANGLADEŞ	0,3	0,0	0,6	1,0	1,2	288,5
7	ABD	1,0	1,1	1,1	1,2	1,0	2,9
8	SRİ LANKA	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	36,0
9	MEKSİKA	0,7	0,8	0,8	0,7	0,7	-2,2
10	İTALYA	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	-8,7
12	TÜRKİYE	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	15,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Teknik Tekstil Ürünleri

2017 yılında dünya genelinde 101 milyar \$'lık teknik tekstil ihracatı yapılmış ve Türkiye 1,5 milyar \$ ile %1,5'luk paya sahip olmuştur.

Tablo 158: Dünya Teknik Tekstil İhracatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DÜNYA TEKNİK TEKSTİL İHRACATI		96,8	102,7	94,4	94,8	101	4,3
TÜRKİYE		1,5	1,6	1,4	1,5	1,5	0,4
PAY %		1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	-3,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013-2017 yılları arasında teknik tekstil ihracatının değişim oranlarına bakıldığında zaman bu dönemde %4,3'lük artış gerçekleştiği gözükmektedir. Türkiye ise aynı dönemde %0,4 oranında artış kaydetmiştir.

Tablo 159: Dünya ve Türkiye Teknik Tekstil İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
DÜNYA TEKNİK TEKSTİL İHRACATI	6,1	-8,0	0,4	6,5	4,3
TÜRKİYE	3,1	-9,3	1,9	5,2	0,4

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılı teknik tekstil ihracatında ilk sırada 24,5 milyar \$ ile Çin bulunmaktadır. Çin'i 8,9 milyar \$ ile Almanya ve 8,7 milyar \$ ile ABD izlemektedir. 2013-2017 yılları arasında Vietnam'ın gerçekleştirdiği %64'lük artış ve Fransa'nın ihracatında gerçekleşen %13'lük düşüş dikkat çekicidir.

Tablo 160: Dünya Teknik Tekstil İhracatında İlk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
TEKNİK TEKSTİL	96,8	102,7	94,4	94,8	101,0	4,3
1 ÇİN	24,0	25,3	24,2	23,3	24,5	1,8
2 ALMANYA	8,7	9,2	7,9	8,2	8,9	3,3
3 ABD	8,3	8,6	8,5	8,4	8,7	5,4
4 İTALYA	4,4	4,4	3,9	3,9	4,1	-6,7
5 MEKSİKA	3,4	3,7	4,1	4,1	4,1	20,7
6 JAPONYA	2,9	2,9	2,7	3,1	3,4	16,2
7 VIETNAM	1,7	2,0	2,0	2,0	2,8	64,0
8 KORE	2,8	3,0	2,7	2,7	2,8	-1,3
9 FRANSA	3,1	3,1	2,5	2,6	2,7	-13,0
10 TAYVAN	2,6	2,7	2,4	2,3	2,5	-4,5
19 TÜRKİYE	1,5	1,6	1,4	1,5	1,5	0,4

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelinde 2013 yılında 87,4 milyar \$ olarak hesaplanan teknik tekstil ithalatı 2017 yılında %8,4 artışla 94,7 milyar \$ seviyesine gelmiştir. Türkiye aynı dönemde %3,3'lük artış 1,4 milyar \$'lık teknik tekstil ithalatı gerçekleştirerek %1,5'lik paya sahip olmuştur.

Tablo 161: Dünya Teknik Tekstil İthalatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
TEKNİK TEKSTİL İTHALATI	87,4	92,6	88,3	88,8	94,7	8,4
TÜRKİYE	1,4	1,5	1,5	1,6	1,4	3,3
PAY %	1,6	1,6	1,7	1,8	1,5	-4,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya ve Türkiye'nin teknik tekstil ithalatının değişim oranları incelendiğinde 2013-2017 yılları arasında dünya genelinde teknik tekstil ithalatının %8,4 oranında arttığı, Türkiye içinse bu oranın aynı dönemde %3,3 olarak hesaplandığı görülmektedir.

Tablo 162: Dünya ve Türkiye Teknik Tekstil İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
TEKNİK TEKSTİL İTHALATI	6,0	-4,6	0,5	6,7	8,4
TÜRKİYE	6,8	2,0	7,3	-11,6	3,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelindeki 2017 yılında gerçekleşen 94,7 milyar \$'lık teknik tekstil ithalatında 13,1 milyar \$ ile ilk sırada Amerika Birleşik Devletleri bulunmaktadır. ABD'yi 7,5 milyar \$ ile Almanya ve 5,2 milyar \$ ile Çin takip etmektedir.

Tablo 163: Dünya Teknik Tekstil İthalatında İlk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
TEKNİK TEKSTİL	87,4	92,6	88,3	88,8	94,7	8,4
1 ABD	11,3	12,3	13,1	13,1	13,1	16,0
2 ALMANYA	7,3	7,8	7,0	7,1	7,5	2,8
3 ÇİN	5,0	5,4	4,8	4,8	5,2	3,3
4 MEKSİKA	3,7	3,9	4,2	4,2	4,4	18,6
5 JAPONYA	3,6	3,8	3,7	4,0	4,3	20,9
6 FRANSA	3,4	3,5	3,1	3,1	3,5	2,5
7 İNGİLTERE	2,8	3,0	2,8	2,7	2,9	1,4
8 KANADA	2,7	2,7	2,7	2,6	2,8	1,6
9 KORE	2,4	2,7	2,6	2,6	2,7	10,1
10 VIETNAM	1,7	1,9	2,0	2,1	2,6	58,7
15 TÜRKİYE	1,4	1,5	1,5	1,6	1,4	3,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Ev Tekstili Ürünleri

2013 yılında 49,2 milyar \$ seviyesinde olan ev tekstili ihracatı %3,3 oranında azalarak 2017 yılında 47,6 milyar \$ seviyesine gerilemiştir. Türkiye ise 2017 yılında 1,9 milyar \$'lık ev tekstili ihracatı ile %3,9'luk paya sahip olmuştur.

Tablo 164: Dünya Ev Tekstil İhracatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
Birim: Milyar \$						
DÜNYA EV TEKSTİLİ İHRACATI	49,2	51,6	47,6	46,8	47,6	-3,3
TÜRKİYE	2,0	2,1	1,8	1,8	1,9	-8,6
PAY %	4,1	4,0	3,7	3,8	3,9	-5,4

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013-2017 yılları arasında dünya genelinde ev tekstili ihracatı %3,3 oranında azalırken Türkiye'nin bu alandaki ihracatı aynı dönemde %8,6 oranında azalmıştır.

Tablo 165: Dünya ve Türkiye Ev Tekstili İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
Birim: %					
DÜNYA EV TEKSTİLİ İHRACATI	5,0	-7,8	-1,8	1,7	-3,3
TÜRKİYE	1,0	-14,4	2,4	3,3	-8,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Ev tekstili ürünleri ihracatında ilk sırada 24,4 milyar \$ ile Çin, ikinci sırada ise 3,5 milyar \$ ile Pakistan yer almaktadır. Türkiye ise 2017 yılında 1,9 milyar \$ ihracatı ile dördüncü sırada bulunmaktadır.

Tablo 166: Dünya Ev Tekstili İhracatında İlk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
Birim: Milyar \$						
EV TEKSTİLİ	49,2	51,6	47,6	46,8	47,6	-3,3
1 ÇİN	25,5	26,8	24,9	23,7	24,4	-4,1
2 PAKİSTAN	3,2	3,4	3,3	3,3	3,5	7,7
3 HİNDİSTAN	3,9	3,8	3,8	3,7	2,9	-25,0
4 TÜRKİYE	2,0	2,1	1,8	1,8	1,9	-8,6
5 ALMANYA	1,6	1,7	1,4	1,4	1,5	-7,3
6 POLONYA	0,8	0,9	0,8	0,9	0,9	10,7
7 HOLLANDA	0,5	0,6	0,5	0,6	0,8	51,6
8 İSPANYA	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	49,1
9 BANGLADEŞ	0,5	0,0	0,5	0,7	0,7	41,2
10 ABD	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	2,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013 yılında 43,3 milyar \$ olarak kaydedilen toplam ev tekstili ithalatı %5,9 oranında artarak 2017 yılında 43,3 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Türkiye ise 100 milyon \$ ile %0,3 oranında paya sahiptir.

Tablo 167: Dünya Ev Tekstil İthalatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
EV TEKSTİLİ İTHALATI	40,9	43,0	41,5	40,7	43,3	5,9
TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-26,7
PAY %	0,4	0,5	0,4	0,3	0,3	-30,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya geneli ev tekstili ithalatı 2013-2017 yılları arasında %5,9 oranında artarken Türkiye'nin bu alandaki ithalatı aynı dönemde %26,7 oranında azalmıştır.

Tablo 168: Dünya ve Türkiye Ev Tekstili İthalatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
EV TEKSTİLİ İTHALATI	5,2	-3,6	-1,9	6,4	5,9
TÜRKİYE	19,5	-13,8	-21,3	-9,6	-26,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Ev tekstili ürünleri ithalatında ilk sırada 2017 yılında 12,5 milyar \$ ile ABD, ikinci sırada ise 3,1 milyar \$ ile Almanya bulunmaktadır. Türkiye ise 100 milyon \$'lık ithalat değeri ile 49.sırada yer almaktadır.

Tablo 169: Dünya Ev Tekstili İthalatında İlk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
EV TEKSTİLİ	40,9	43,0	41,5	40,7	43,3	5,9
1 ABD	11,3	11,6	12,3	12,1	12,5	10,4
2 ALMANYA	3,2	3,5	3,1	3,0	3,1	-4,6
3 JAPONYA	3,2	3,1	2,7	2,7	2,7	-14,8
4 İNGİLTERE	2,1	2,4	2,3	2,1	2,1	-0,4
5 FRANSA	2,0	2,0	1,8	1,8	1,9	-5,2
6 HOLLANDA	0,9	1,0	0,9	1,0	1,2	41,9
7 KANADA	1,2	1,2	1,1	1,1	1,2	1,3
8 İSPANYA	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	24,7
9 AVUSTRALYA	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	10,2
10 İTALYA	0,9	1,0	0,8	0,9	0,9	4,6
49 TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-26,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2017

Dünya Deri ve Deri Mamulleri Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri¹

2017 yılında dünya genelinde toplam deri ve deri mamulleri ihracatı 255 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Türkiye 1,4 milyar \$'lık ihracatı ile toplam deri ve deri mamulleri ihracatında %0,6 paya sahiptir. Ürün grubu bazında bakıldığında deri ve deri mamulleri ihracatı içerisinde Türkiye'nin payının %1 seviyesinden düşük olduğu gözükmemektedir.

Tablo 170: Dünya Deri Ürünleri İhracatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
DÜNYA TOPLAM DERİ VE DERİ MAMULERİ İHRACATI (FASIL41-43 & 64)	255	268	250	237	255
TÜRKİYE	1,6	1,6	1,3	1,3	1,4
PAY %	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	35	36	30	26	26
TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
PAY %	0,6	0,6	0,6	0,7	0,8
DERİ VE KÜRK GİYİM	8,7	9,3	7,5	7,5	7,8
TÜRKİYE	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
PAY %	4,1	3,5	2,7	2,6	2,8
SARACİYE	71	72	71	69	75
TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
PAY %	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
AYAKKABI	129	142	134	130	143
TÜRKİYE	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8
PAY %	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013-2017 yılları arası dünya geneli deri ve deri mamulleri ihracatı %0,2 oranında artarken Türkiye'nin ihracatı aynı dönemde %11,7 oranında azalmıştır. Saraciyeye ürünleri ihracatında dünya genelinde yaşanan %6'lık artışa karşın Türkiye ihracatının %21,5 düşmesi dikkat çekicidir. Ayrıca Dünya geneli ayakkabı ihracatında gerçekleşen %10,4'lük artışa karşın Türkiye'nin ihracatı %5,9 oranında artmıştır.

¹ Türkiye tarafından özel faturalı ihracat kapsamında yapılan sevkiyatların önemli bölümü resmi rakamlarına yansımadığından, yapılan değerlendirmelerde Türkiye'nin ihracat değerinin düşük gözüktüğünü dikkate almak gerekmektedir.

Tablo 171: Dünya ve Türkiye Deri ve Deri Mamulleri İhracatının Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
DÜNYA DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATI (FASIL 41-43 & 64)	5,1	-6,6	-5,2	7,7	0,2
TÜRKİYE	-0,8	-18,6	-0,4	9,9	-11,7
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	2,0	-17,6	-12,8	-1,7	-27,9
TÜRKİYE	14,0	-20,0	1,7	14,0	5,7
DERİ VE KÜRK GİYİM	6,8	-19,3	-0,6	5,1	-10,0
TÜRKİYE	-8,5	-38,4	-2,0	9,7	-39,4
SARACİYE	2,2	-1,4	-3,3	8,7	6,0
TÜRKİYE	2,9	-19,2	-11,9	7,0	-21,5
AYAKKABI	10,0	-5,7	-2,7	9,3	10,4
TÜRKİYE	-0,5	-6,8	5,0	8,8	5,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Deri ve deri mamulleri ihracatında dünya genelinde ele alınan tüm yıllar içinde Çin ilk sırada yer almaktadır. 2013-2017 yılları arasında Vietnam'ın ihracatında gerçekleşen %127,3'lük artış ve Hong Kong'un ihracatındaki %40,3'lük düşüş dikkat çekicidir. Türkiye ise deri ve deri mamulleri ihracatında 2017 yılında 1,4 milyar \$ ile 26.sırada yer almaktadır.

Tablo 172: Dünya Deri ve Deri Mamulleri İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
DÜNYA DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATI	255	268	250	237	255	0,2
1 ÇİN	85,6	91,3	88,5	78,6	81,9	-4,3
2 İTALYA	26,5	27,7	23,6	23,5	25,5	-3,9
3 VİETNAM	10,8	13,4	15,7	17,0	24,5	127,3
4 FRANSA	10,9	11,2	10,4	11,0	12,0	10,2
5 ALMANYA	9,0	9,9	8,7	9,5	11,4	27,2
6 HONG KONG	15,7	14,3	12,7	9,7	9,4	-40,3
7 BELÇİKA	6,8	7,2	6,9	7,5	8,3	20,7
8 HOLLANDA	6,3	6,5	5,8	6,1	6,5	4,0
9 ABD	7,5	7,5	6,9	6,1	6,0	-20,4
10 ENDONEZYA	4,3	4,6	4,9	5,1	5,5	25,7
26 TÜRKİYE	1,6	1,6	1,3	1,3	1,4	-11,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılında 242 milyar \$'lık toplam deri ve deri mamulleri ithalatında ilk sırada 41,2 milyar \$ ile Amerika Birleşik Devletleri bulunmaktadır. Türkiye'nin deri ve deri mamulleri ithalatı 2013-2017 yılları arasındaki dönemde %45,2 oranında azalmış ve 2,3 milyar \$'dan 1,3 milyar \$'a düşmüştür.

Tablo 173: Dünya Deri ve Deri Mamulleri İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DÜNYA DERİ VE DERİ MAMULLERİ İTHALATI		238	251	238	231	242	1,6
1	ABD	40,4	42,2	44,5	42,9	41,2	2,0
2	ALMANYA	15,6	17,3	16,2	16,7	18,2	16,4
3	İTALYA	14,3	15,3	13,3	12,9	13,6	-4,6
4	FRANSA	12,6	13,6	12,2	12,4	13,5	6,9
5	ÇİN	13,1	13,9	13,9	12,3	13,2	0,5
6	JAPONYA	12,3	12,0	11,2	11,3	11,4	-7,7
7	İNGİLTERE	10,3	11,5	11,4	10,5	10,7	3,9
8	HONG KONG	17,5	15,7	14,0	10,6	10,6	-39,6
9	HOLLANDA	6,0	6,4	6,5	6,6	7,1	18,3
10	İSPANYA	5,3	6,1	5,7	5,9	6,1	14,1
34	TÜRKİYE	2,3	2,1	1,6	1,3	1,3	-45,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk

2013 yılında 35,5 milyar \$ olan ham ve işlenmiş deri ve kürk ihracatı 2017 yılında %27,9 oranında düşüşle 25,6 milyar \$ olmuştur. Bu ürün grubunda en yüksek ihracat değeri 2017 yılında 4,4 milyar \$ ile İtalya tarafından kaydedilirken 200 milyon \$'lık ihracat değeri ile Türkiye yirmi altıncı sırada yer almaktadır.

Tablo 174: Dünya Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK		35,5	36,2	29,8	26,0	25,6	-27,9
1	İTALYA	5,5	5,6	4,6	4,3	4,4	-20,0
2	ABD	3,8	3,8	3,2	2,7	2,7	-28,2
3	BREZİLYA	2,5	2,9	2,3	2,0	1,9	-24,3
4	HONG KONG	2,5	2,4	2,1	1,6	1,4	-44,4
5	ALMANYA	1,4	1,5	1,2	1,0	1,0	-23,7
6	AVUSTRALYA	1,2	1,2	1,0	0,8	0,8	-37,1
7	İSPANYA	1,0	1,0	0,7	0,7	0,7	-28,5
8	FRANSA	1,0	1,0	0,8	0,7	0,7	-24,6
9	ARJANTİN	0,9	1,0	0,8	0,7	0,7	-21,5
10	HİNDİSTAN	1,3	1,4	1,1	0,9	0,7	-50,4
26	TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	5,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılında dünya genelinde 26 milyar \$'lık ham ve işlenmiş deri ve kürk ithalatı gerçekleştirilmiştir. Ham ve işlenmiş deri ve kürk ithalatında 5,6 milyar \$ ile ilk sırada Çin bulunmaktadır. Türkiye ise 300 milyon \$'lık ithalat değeri ile 22.sırada yer almaktadır.

Tablo 175: Dünya Ham ve İşlenmiş Deri ve Kürk İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK		33,5	35,6	30,7	26,5	26,0	-22,5
1	ÇİN	8,0	8,3	7,5	5,8	5,6	-29,6
2	İTALYA	4,5	4,9	3,7	3,3	3,5	-23,4
3	HONG KONG	3,5	3,1	2,5	1,9	1,7	-52,4
4	VİETNAM	1,2	1,7	1,7	1,7	1,6	35,9
5	MEKSİKA	1,0	1,2	1,2	1,2	1,1	5,0
6	ALMANYA	1,1	1,2	0,9	0,8	0,8	-28,9
7	ABD	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	1,9
8	TAYLAND	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7	1,4
9	FRANSA	0,8	0,8	0,6	0,6	0,6	-16,0
10	İSPANYA	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6	-28,2
22	TÜRKİYE	0,7	0,5	0,3	0,2	0,3	-61,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Deri ve Kürk Giyim

2017 yılında toplamda 7,8 milyar \$ değerinde deri ve kürk giyim ihracatı gerçekleştirilirken 3,9 milyar \$'lık ihracat değeri ile ilk sırada Çin bulunmaktadır. Türkiye ise 2013-2017 yılları arasında %39,4'lük düşüş oranı ve 200 milyon \$'lık ihracat değeri ile sekizinci sırada yer almaktadır.

Tablo 176: Dünya Deri ve Kürk Giyim İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
DERİ VE KÜRK GİYİM		8,7	9,3	7,5	7,5	7,8	-10,0
1	ÇİN	3,5	4,1	3,3	3,6	3,9	11,4
2	İTALYA	1,2	1,2	1,0	0,9	1,0	-19,4
3	HİNDİSTAN	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	-37,1
4	FRANSA	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	-2,9
5	ALMANYA	0,4	0,4	0,3	0,2	0,3	-26,6
6	PAKİSTAN	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	-28,4
7	HONG KONG	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	-46,2
8	TÜRKİYE	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	-39,4
9	YUNANİSTAN	0,3	0,3	0,1	0,1	0,2	-47,4
10	İSPANYA	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	-4,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013 yılında 5,8 milyar \$ değerinde olan deri ve kürk giyim ithalatı 2017 yılında %15,9 oranında azalarak 4,8 milyar \$ seviyesine gerilemiştir. 2017 yılında 600 milyon \$ ile ilk sırada ABD bulunurken, 35 milyon \$ ile Türkiye 25.sırada yer almaktadır.

Tablo 177: Dünya Deri ve Kürk Giyim İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$</i>							
DERİ VE KÜRK GİYİM		5.756	5.972	5.003	4.546	4.843	-15,9
1	ABD	744	783	741	688	597	-19,8
2	ALMANYA	576	613	493	421	416	-27,8
3	FRANSA	513	527	418	372	406	-21,0
4	RUSYA	367	317	189	202	318	-13,3
5	HONG KONG	465	506	389	288	311	-33,1
6	İTALYA	328	362	310	297	309	-5,7
7	İNGİLTERE	262	304	277	247	245	-6,6
8	İSPANYA	205	225	225	240	201	-1,8
9	JAPONYA	303	260	213	197	201	-33,8
10	GÜNEY KORE	132	139	143	150	163	23,7
25	TÜRKİYE	112	104	101	67	35	-69,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Saraciye

2013 yılında 70,5 milyar \$ seviyesinde olan saraciye ihracatı 2017 yılında %6 oranında artışla 74,8 milyar \$ olmuştur. 2017 yılında 28,9 milyar \$'lık ihracat değeri ile Çin ilk sırada yer alırken Türkiye %21,5 oranında düşüş ve 200 milyon \$'lık ihracat değeri ile 32.sırada bulunmaktadır.

Tablo 178: Dünya Saraciye İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
SARACİYE ÜRÜNLERİ		70,5	72,1	71,1	68,8	74,8	6,0
1	ÇİN	30,0	29,8	30,7	27,1	28,9	-3,9
2	İTALYA	7,7	8,3	7,4	7,5	8,6	11,8
3	FRANSA	6,6	6,6	6,1	6,5	7,3	10,8
4	HONG KONG	6,2	5,7	5,2	4,6	4,7	-24,5
5	VİETNAM	1,8	2,3	2,7	3,0	3,9	122,1
6	ALMANYA	1,8	2,0	1,9	2,0	2,2	21,5
7	HOLLANDA	1,3	1,4	1,5	1,6	2,1	58,9
8	ABD	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	-3,4
9	BELÇİKA	1,4	1,4	1,3	1,3	1,4	2,5
10	HİNDİSTAN	1,9	1,9	1,9	1,8	1,4	-24,0
32	TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	-21,5

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelinde 2017 yılında 71,5 milyar \$'lık saraciye ithalatı gerçekleştirilmiştir. Saraciye ithalatında ilk sırada 13,1 milyar \$'lık ithalat değeri ile ABD bulunurken 300 milyon \$'lık ithalat değeri ile Türkiye 39.sırada yer almaktadır.

Tablo 179: Dünya Saraciye İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
SARACİYE ÜRÜNLERİ		66,3	69,8	67,5	67,1	71,5	7,7
1	ABD	12,8	13,3	13,9	13,3	13,1	2,1
2	JAPONYA	5,7	5,6	5,2	5,5	5,6	-2,3
3	HONG KONG	5,8	5,7	5,1	4,6	4,7	-18,4
4	FRANSA	4,0	4,4	3,9	4,0	4,4	11,4
5	ALMANYA	3,6	4,0	3,9	3,9	4,1	12,2
6	İNGİLTERE	3,2	3,6	3,4	3,3	3,4	4,5
7	İTALYA	2,8	3,1	3,0	3,0	3,3	15,8
8	ÇİN	1,8	1,9	2,0	2,1	2,5	40,9
9	GÜNEY KORE	2,0	2,2	2,1	2,2	2,4	20,5
10	HOLLANDA	1,4	1,5	1,6	1,7	2,0	44,0
39	TÜRKİYE	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	-40,5

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Ayakkabı

2013 yılında 129 milyar \$ seviyesinde olan ayakkabı ihracatı 2017 yılında %10,4 oranında artış ile 143 milyar \$ olarak kaydedilmiştir. Türkiye bu dönemler içinde %29'luk artış ve 700 milyon \$'lık ihracat değeri ile 24.sırada yer almaktadır.

Tablo 180: Dünya Ayakkabı İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
AYAKKABI		129	142	134	130	143	10,4
1	ÇİN	50,8	56,2	53,5	47,2	48,4	-4,6
2	VİETNAM	8,7	10,7	12,4	13,5	20,0	128,9
3	İTALYA	11,8	12,3	10,5	10,7	11,3	-4,0
4	ALMANYA	5,1	5,8	5,2	6,0	7,6	48,2
5	BELÇİKA	5,1	5,6	5,4	6,0	6,6	28,5
6	ENDONEZYA	3,9	4,1	4,5	4,6	4,9	27,2
7	FRANSA	3,0	3,3	3,2	3,4	3,7	24,7
8	HOLLANDA	3,7	3,9	3,3	3,5	3,7	-0,7
9	İSPANYA	3,1	3,7	3,4	3,1	3,2	1,2
10	HONG KONG	4,7	4,3	3,9	3,1	2,9	-38,1
24	TÜRKİYE	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	29,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelinde 2017 yılında 135 milyar \$ değerinde ayakkabı ithalatı gerçekleştirilmiştir. 26,6 milyar \$ ile ABD 2017 yılında en çok ayakkabı ithalatı gerçekleştiren ülke olmuştur. Türkiye ise 700 milyon \$'lık ithalat değeri ile 35.sırada yer almaktadır.

Tablo 181: Dünya Ayakkabı İthalatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
AYAKKABI		124	132	128	129	135	8,4
1	ABD	25,8	27,0	28,7	28,1	26,6	3,3
2	ALMANYA	10,0	11,2	10,7	11,2	12,5	24,8
3	FRANSA	7,3	7,9	7,2	7,4	7,9	9,4
4	İNGİLTERE	6,4	7,2	7,3	6,7	6,8	5,4
5	İTALYA	6,1	6,6	6,0	6,1	6,3	2,7
6	JAPONYA	5,9	5,8	5,4	5,4	5,3	-10,8
7	HOLLANDA	4,0	4,2	4,2	4,3	4,6	16,3
8	BELÇİKA	3,5	3,9	3,6	4,0	4,5	29,4
9	ÇİN	2,0	2,3	2,7	3,1	3,7	86,7
10	İSPANYA	2,9	3,3	3,1	3,3	3,5	23,0
35	TÜRKİYE	1,0	1,0	0,8	0,7	0,7	-31,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya Halı Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

2017 yılında dünya genelinde 14,9 milyar \$ seviyesinde olan halı ihracatında Türkiye 2,2 milyar \$ ile %14,5 paya sahiptir. Türkiye'nin 2013 yılında 13,4 seviyesinde olan payı 2017 yılında %14,5'e yükselmiştir.

Tablo 182: Dünya Halı İhracatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>					
DÜNYA HALI İHRACATI (FASIL 57)	16.362	16.939	14.776	15.158	14.872
TÜRKİYE	2.188	2.348	2.009	1.913	2.163
PAY %	13,4	13,9	13,6	12,6	14,5

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genel halı ihracatında 2013-2017 yılları arasında yaşanan %9,1'lik düşüşe paralel olarak Türkiye halı ihracatı %1,2 oranında azalmıştır. Ancak bu düşüş oranı dünya genelindeki düşüşe nazaran daha düşük oranlı olmuştur.

Tablo 183: Dünya ve Türkiye Halı İhracatının Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
DÜNYA HALI İHRACATI (FASIL 57)	3,5	-12,8	2,6	-1,9	-9,1
TÜRKİYE	7,3	-14,4	-4,8	13,1	-1,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya halı ihracatında 2017 yılında ilk sırada 2,7 milyar \$ Çin yer almaktadır. Çin'i 2,2 milyar \$ ile Türkiye izlemektedir. 2013-2017 yılları arasında Türkiye'nin halı ihracatı %1,2 oranında azalmıştır.

Tablo 184: Dünya Halı İhracatında ilk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
HALI (FASIL 57)	16.362	16.939	14.776	15.158	14.872	-9,1
1 ÇİN	2.505	2.680	2.629	2.523	2.708	8,1
2 TÜRKİYE	2.188	2.348	2.009	1.913	2.163	-1,2
3 BELÇİKA	1.976	1.914	1.718	1.722	1.751	-11,4
4 HİNDİSTAN	1.716	1.800	1.719	1.737	1.280	-25,4
5 HOLLANDA	1.226	1.236	1.084	1.135	1.218	-0,7
6 ABD	1.125	1.119	1.032	974	998	-11,3
7 ALMANYA	673	690	591	622	638	-5,2
8 İNGİLTERE	354	376	324	302	323	-8,7
9 MISIR	405	402	340	303	314	-22,5
10 FRANSA	261	269	240	250	263	0,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılı dünya halı ithalatında ilk sırada 2,9 milyar \$ ile ABD bulunmaktadır. ABD'yi 1,2 milyar \$ ile Almanya ve İngiltere izlemektedir. Halı ithalatında Türkiye 59 milyon \$ ile 41.sırada yer almaktadır.

Tablo 185: Dünya Halı İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
HALI (FASIL 57)		14.122	14.592	13.483	13.519	14.265	1,0
1	ABD	2.286	2.580	2.650	2.798	2.905	27,1
2	ALMANYA	1.321	1.333	1.171	1.217	1.245	-5,7
3	İNGİLTERE	1.172	1.328	1.243	1.185	1.159	-1,1
4	KANADA	848	816	754	742	785	-7,4
5	JAPONYA	680	650	547	569	602	-11,5
6	FRANSA	496	525	437	450	479	-3,5
7	AVUSTRALYA	464	441	427	432	432	-6,8
8	HOLLANDA	373	403	373	368	406	8,7
9	SUUDİ ARABİSTAN	330	427	486	382	390	18,2
10	BELÇİKA	257	280	264	263	271	5,5
41	TÜRKİYE	185	174	104	65	59	-68,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

El Halısı

Dünya genelinde 2017 yılında 1,3 milyar \$ değerinde el halısı ihracatı gerçekleştirilmiştir. El halısı ihracatında ilk sırada 322,7 milyon \$ ile Hindistan yer almaktadır. Türkiye ise 2017 yılında el halısı ihracatında 2013 yılına göre %57,4 oranında düşüşle 56,3 milyon \$'lık ihracat gerçekleştirerek sekizinci sırada yer almıştır.

Tablo 186: Dünya El Halısı İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$</i>							
EL HALISI		2.149	2.141	1.757	1.799	1.323	-38,4
1	HİNDİSTAN	571,1	509,9	550,1	508,4	322,7	-43,5
2	MISIR	376,8	377,7	309,9	285,6	294,4	-21,9
3	İRAN	332,4	346,7	0,0	374,0	142,3	-57,2
4	PAKİSTAN	126,8	121,7	103,1	87,5	73,8	-41,8
5	NEPAL	72,0	73,6	63,7	74,7	68,4	-5,0
6	ÇİN	124,1	112,3	124,5	81,6	64,5	-48,0
7	ALMANYA	84,7	80,6	66,7	66,2	56,7	-33,0
8	TÜRKİYE	132,3	128,4	85,4	59,0	56,3	-57,4
9	ABD	36,0	29,6	28,4	30,4	31,4	-12,7
10	İTALYA	20,4	24,4	24,2	23,8	26,1	28,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılında el halısı ithalatında ilk sırada 501,6 milyon \$ ile ABD bulunmaktadır. Türkiye ise 2013-2017 yılları arasında %94,3'lük düşüşle 2017 yılında 5,9 milyon \$'lık el halısı ithalatı ile 23.sırada bulunmuştur.

Tablo 187: Dünya El Halısı İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$</i>							
EL HALISI		1.404	1.449	1.271	1.227	1.201	-14,4
1	ABD	420,9	492,3	508,1	553,0	501,6	19,2
2	ALMANYA	162,3	137,8	131,5	115,7	104,1	-35,9
3	İNGİLTERE	67,5	61,6	61,1	62,1	57,4	-15,1
4	B.ARAP EMİRLİKLERİ	32,7	55,7	13,8	21,3	42,7	30,5
5	JAPONYA	66,1	56,3	45,0	37,0	36,5	-44,7
6	KANADA	37,6	34,2	32,3	35,1	34,4	-8,6
7	FRANSA	34,7	34,8	29,1	30,1	31,8	-8,2
8	İTALYA	33,7	39,7	31,4	30,8	31,6	-6,4
9	İSVİÇRE	38,3	40,9	33,7	26,8	29,2	-23,6
10	AVUSTRALYA	30,2	29,6	24,5	25,0	26,8	-11,2
23	TÜRKİYE	105,0	99,5	32,0	10,1	5,9	-94,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Makine Halısı

2013 yılında 14,1 milyar \$ seviyesinde olan makine halısı ihracatı 2017 yılında %4 oranında azalarak 13,5 milyar \$ olarak kaydedilmiştir. Makine halısı ihracatında 2017 yılında 2,6 milyar \$ ile ilk sırada Çin bulunurken, Türkiye de 2,1 milyar \$'lık ihracat değeri ile ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 188: Dünya Makine Halısı İhracatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$</i>							
MAKİNE HALISI		14.075	14.581	12.806	13.127	13.509	-4,0
1	ÇİN	2.381	2.568	2.504	2.441	2.643	11,0
2	TÜRKİYE	2.056	2.219	1.924	1.854	2.106	2,5
3	BELÇİKA	1.966	1.906	1.708	1.712	1.745	-11,2
4	HOLLANDA	1.102	1.042	893	930	1.208	9,6
5	ABD	1.089	1.089	1.004	944	967	-11,2
6	HİNDİSTAN	1.145	1.290	1.168	1.229	958	-16,3
7	ALMANYA	568	589	504	527	547	-3,7
8	İNGİLTERE	336	356	306	287	308	-8,5
9	FRANSA	250	256	231	240	252	0,8
10	POLONYA	244	286	243	243	246	0,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Dünya genelinde 2017 yılında 2013 yılına göre %3,1 oranında artışla 12,2 milyar \$ değerinde makine halısı ithalatı gerçekleştirilmiştir. 2,4 milyar \$'lık ithalat değeri ile ilk sırada ABD yer alırken Türkiye 53,1 milyon \$'lık ithalat değeri ile 42.sırada bulunmaktadır.

Tablo 189: Dünya Makine Halısı İthalatında ilk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$</i>							
MAKİNE HALISI		12.529	12.938	12.020	12.052	12.913	3,1
1	ABD	1.865	2.088	2.142	2.245	2.403	28,8
2	İNGİLTERE	1.104	1.266	1.182	1.123	1.102	-0,2
3	ALMANYA	1.091	1.124	964	987	1.028	-5,8
4	KANADA	810,1	781,6	721,6	706,8	750,3	-7,4
5	JAPONYA	614,1	593,3	501,8	532,4	565,6	-7,9
6	FRANSA	461,6	490,2	407,5	419,8	447,0	-3,2
7	AVUSTRALYA	433,9	411,1	402,7	407,1	405,6	-6,5
8	SUUDİ ARABİSTAN	327,4	424,8	484,3	379,4	387,7	18,4
9	HOLLANDA	291,0	307,3	275,8	272,1	383,8	31,9
10	BELÇİKA	241,6	264,7	250,3	250,3	260,5	7,8
42	TÜRKİYE	79,5	75,0	71,5	55,1	53,1	-33,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Avrupa Birliği Dış Ticaretinde ve Sektörel Ticarete Türkiye'nin Yeri

Yaklaşık 2 trilyon \$ seviyesinde olan 2017 yılı Avrupa Birliği genel ithalatında Türkiye 84,7 milyar \$ ile %3,8 paya sahiptir. Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve halı ürünleri ithalatında ise Türkiye 201 milyar \$'lık ithalat içinde 19,7 milyar \$ ile %9,8'lik paya sahiptir.

Tablo 190: AB Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
GENEL İTHALAT	2.394	2.388	2.057	2.037	2.245
TÜRKİYE	72,2	77,2	72,9	78,7	84,7
PAY %	3,0	3,2	3,5	3,9	3,8
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL DERİ VE HALI İTHALATI (AB EXTRA)	190	207	192	192	201
TÜRKİYE	20,4	21,7	19,0	19,1	19,7
PAY %	10,7	10,5	9,9	10,0	9,8
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI (AB EXTRA)	120	132	123	124	129
TÜRKİYE	15,4	16,3	14,1	14,3	14,7
PAY %	12,8	12,3	11,5	11,5	11,3
TEKSTİL İTHALATI (AB EXTRA)	22	23	21	21	22
TÜRKİYE	3,9	4,1	3,7	3,7	3,8
PAY %	17,7	17,9	18,1	18,2	17,7
DERİ İTHALATI (AB EXTRA)	46	50	47	45	48
TÜRKİYE	0,7	0,8	0,7	0,6	0,6
PAY %	1,4	1,6	1,4	1,4	1,3
HALI İTHALATI (AB EXTRA)	1,9	2,1	1,8	1,9	1,9
TÜRKİYE	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5
PAY %	24,3	27,1	26,1	27,6	27,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

AB genel ithalatı 2013-2017 yılları arasında %6,2 oranında azalırken Türkiye'den bu yıllar arasındaki alımı %17,4 oranında artmıştır. AB'nin hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve halı ürünleri ithalatı %5,6 oranında artarken Türkiye'den bu sektörler genelindeki ithalatı %3,5 oranında azalmıştır.

Tablo 191: AB Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
Birim: %					
GENEL İTHALAT	-0,3	-13,9	-1,0	10,2	-6,2
TÜRKİYE	7,0	-5,5	7,9	7,6	17,4
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL DERİ VE HALI İTHALATI (AB EXTRA)	9,0	-7,3	-0,3	4,8	5,6
TÜRKİYE	6,6	-12,7	0,7	2,9	-3,5
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI (AB EXTRA)	9,9	-7,0	0,6	4,6	7,7
TÜRKİYE	5,9	-13,2	0,8	2,9	-4,7
TEKSTİL İTHALATI (AB EXTRA)	4,5	-10,9	0,3	5,2	-1,8
TÜRKİYE	5,6	-9,9	0,8	2,5	-1,7
DERİ İTHALATI (AB EXTRA)	8,6	-6,3	-3,1	5,2	3,8
TÜRKİYE	19,9	-15,2	-6,8	3,3	-2,0
HALI İTHALATI (AB EXTRA)	9,9	-12,1	2,5	4,3	3,2
TÜRKİYE	22,8	-15,4	8,2	5,8	18,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Avrupa Birliği'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

2017 yılında Avrupa Birliği dünya genelinde hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ithalatı 129 milyar \$ olarak açıklanmıştır. Türkiye 14,7 milyar \$ ile bu değer içerisinde %11,3'lük paya sahiptir. Ürün grupları bazında Avrupa Birliği Türkiye'den 2017 yılında en çok 7,6 milyar \$ ile örme hazır giyim ürün grubu ithalatı gerçekleştirmiştir.

Tablo 192: AB Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyar \$					
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	120	132	123	124	129
TÜRKİYE	15,4	16,3	14,1	14,3	14,7
PAY %	12,8	12,3	11,5	11,5	11,3
ÖRME HAZIRGIYIM	54	60	55	56	59
TÜRKİYE	8,6	9,0	7,6	7,6	7,6
PAY %	15,7	15,1	13,8	13,6	13,0
DOKUMA HAZIRGIYIM	54	60	56	56	58
TÜRKİYE	5,3	5,6	5,2	5,2	5,6
PAY %	9,7	9,5	9,2	9,4	9,6
HAZIR EŞYA	11	13	12	12	13
TÜRKİYE	1,5	1,6	1,4	1,4	1,5
PAY %	13,6	12,8	11,6	12,0	11,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013-2017 yılları arasında AB'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı %7,7 oranında artarken Türkiye'den ithalatı %4,7 oranında azalmıştır. Aynı dönem içinde Türkiye'den örme hazır giyim ithalatı %7,6 oranında artarken dokuma hazır giyim ürünleri ithalatı %11 oranında azalmıştır.

Tablo 193: AB'nin Türkiye'den Ürün Grupları Bazında Hazır giyim ve Konfeksiyon Sektörü Ürünleri İthalatı Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	9,9	-7,0	0,6	4,6	7,7
TÜRKİYE	5,9	-13,2	0,8	2,9	-4,7
ÖRME HAZIRGIYIM	10,0	-8,3	1,5	5,1	7,6
TÜRKİYE	5,4	-16,1	0,0	0,7	-11,0
DOKUMA HAZIRGIYIM	9,6	-5,8	-0,5	3,6	6,5
TÜRKİYE	6,9	-7,9	0,9	6,6	5,9
HAZIR EŞYA	11,2	-6,5	1,8	6,9	13,2
TÜRKİYE	4,8	-15,1	5,1	0,7	-5,8

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

AB hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ithalatında 2013 ve 2017 yılları arasındaki süreçte ilk sırada Çin yer almıştır. 2017 yılında 45,1 milyar \$'lık ithalatı bulunan Çin'i 22,2 milyar \$ ile Bangladeş izlemektedir. Türkiye ise 14,7 milyar \$ ile AB'nin 3. Büyük hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri tedarikçisidir.

Tablo 194: AB Hazır giyim ve Konfeksiyon İthalatında İlk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	120	132	123	124	129	7,7
1 ÇİN	48,3	52,0	47,0	44,1	45,1	-6,6
2 BANGLADEŞ	16,7	18,9	19,2	21,1	22,2	33,0
3 TÜRKİYE	15,4	16,3	14,1	14,3	14,7	-4,7
4 HİNDİSTAN	8,1	9,2	8,5	8,4	8,6	5,6
5 PAKİSTAN	3,8	4,9	5,0	5,3	6,0	57,3
6 KAMBOÇYA	3,0	3,9	4,3	5,0	5,7	86,5
7 VİETNAM	3,4	4,1	4,4	4,6	5,0	47,4
8 FAS	3,5	3,9	3,5	3,7	3,9	10,4
9 TUNUS	3,3	3,3	2,7	2,7	2,7	-16,2
10 SRİ LANKA	2,1	2,4	2,2	2,1	2,2	3,2

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Avrupa Birliği'nin Tekstil Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

Avrupa Birliği 2017 yılında 22 milyar \$ değerinde tekstil sektörü ithalatı gerçekleştirmiştir. Türkiye 3,8 milyar \$ ile AB tekstil sektörü ithalatında %17,7 paya sahiptir.

Tablo 195: AB Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
TEKSTİL İTHALATI (FASIL 50-56 & 58-60)	22	23	21	21	22
TÜRKİYE	3,9	4,1	3,7	3,7	3,8
PAY %	17,7	17,9	18,1	18,2	17,7
ELYAF	4,0	4,1	3,5	3,5	3,8
TÜRKİYE	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3
PAY %	8,2	7,8	7,6	6,7	6,7
İPLİK	5,2	5,3	4,5	4,5	4,9
TÜRKİYE	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
PAY %	21,0	21,3	23,2	23,1	23,0
DOKUMA KUMAŞ	6,4	6,7	6,0	5,9	6,0
TÜRKİYE	1,2	1,3	1,1	1,1	1,1
PAY %	18,9	18,9	19,1	19,3	18,2
ÖRME KUMAŞ	1,8	2,0	1,8	1,9	1,9
TÜRKİYE	0,7	0,8	0,7	0,7	0,8
PAY %	40,0	39,2	37,7	39,9	40,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Avrupa Birliği'nin tekstil sektörü ürünleri ithalatı 2013-2017 yılları arasında %1,8 azalırken, Türkiye'den ithalatı aynı dönemde %1,7 oranında azalmıştır. AB'nin Türkiye'den elyaf ithalatında yaşanan %22'lik düşüş ve örme kumaş ithalatında görülen %2,9 oranındaki artış dikkat çekicidir.

Tablo 196: AB'nin Türkiye'den Ürün Grupları Bazında Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
TEKSTİL İTHALATI (FASIL 50-56 & 58-60)	4,5	-10,9	0,3	5,2	-1,8
TÜRKİYE	5,6	-9,9	0,8	2,5	-1,7
ELYAF	2,2	-13,8	-0,9	9,2	-4,8
TÜRKİYE	-2,1	-16,1	-13,0	9,2	-22,0
İPLİK	3,1	-14,8	0,1	6,9	-6,0
TÜRKİYE	4,4	-7,4	-0,1	6,3	2,6
DOKUMA KUMAŞ	4,7	-10,4	-0,6	0,5	-6,4
TÜRKİYE	4,7	-9,3	0,2	-5,0	-9,7
ÖRME KUMAŞ	10,7	-10,9	3,2	1,1	2,9
TÜRKİYE	8,5	-14,3	9,1	1,5	2,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2017 yılında AB 22 milyar \$ değerinde tekstil ürünleri ithalatı gerçekleştirmiştir. AB tekstil ürünleri ithalatında ilk sırada 6,7 milyar \$'lık ithalat değeri ile Çin yer alırken, Çin'i 3,8 milyar \$ ile Türkiye takip etmektedir. AB'nin Türkiye'den 2013-2017 yılları arasındaki tekstil ürünleri ithalatı %1,7 oranında azalmıştır.

Tablo 197: AB Tekstil Ürünleri İthalatında İlk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>							
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)		22	23	21	21	22	-1,8
1	ÇİN	6,4	7,0	6,3	6,4	6,7	5,2
2	TÜRKİYE	3,9	4,1	3,7	3,7	3,8	-1,7
3	HİNDİSTAN	1,6	1,6	1,3	1,4	1,5	-5,8
4	ABD	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	-6,5
5	KORE	1,3	1,4	1,2	1,2	1,2	-7,2
6	PAKİSTAN	1,1	1,1	0,9	1,0	1,0	-2,7
7	JAPONYA	0,8	0,8	0,7	0,8	0,9	11,8
8	İSVİÇRE	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	-19,8
9	TAYVAN	0,5	0,6	0,5	0,4	0,5	-12,9
10	ENDONEZYA	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	-21,3

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Amerika Birleşik Devletleri Dış Ticaretinde ve Sektörel Ticarete Türkiye'nin Yeri

ABD'nin tüm dünyadan 2017 yılında gerçekleştirdiği genel ithalat değeri 2,4 trilyon \$'dır. Türkiye 9,9 milyar \$ ile ABD ithalatında %0,4 paya sahiptir. Bununla beraber, ABD'nin tüm dünyadan gerçekleştirdiği sektörel ithalat 155 milyar \$ olup, Türkiye 1,8 milyar \$ ile %1,1'lik paya sahiptir.

Tablo 198: ABD İthalatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
GENEL İTHALAT	2.327	2.411	2.313	2.275	2.409
TÜRKİYE	7,0	7,8	8,4	8,7	9,9
PAY %	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL DERİ VE HALI İTHALATI	152	157	164	160	155
TÜRKİYE	1,3	1,4	1,5	1,6	1,8
PAY %	0,8	0,9	0,9	1,0	1,1
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	97,1	99,6	104,0	102,0	99,1
TÜRKİYE	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8
PAY %	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8
TEKSTİL İTHALATI	12,2	12,7	13,0	12,2	12,1
TÜRKİYE	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
PAY %	2,8	2,9	3,1	3,0	3,1
DERİ İTHALATI	40,4	42,2	44,5	42,9	41,2
TÜRKİYE	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
PAY %	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2
HALI İTHALATI	2,3	2,6	2,7	2,8	2,9
TÜRKİYE	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5
PAY %	10,2	11,1	11,7	13,2	17,1

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2012-2016 yılları arasındaki ithalat değişim oranlarına bakıldığında, ABD'nin tüm dünyadan ithalatının %3,7 oranında azaldığı görülmektedir. Ancak bu dönemde ABD'nin Türkiye'den ithalatı %28,6 oranında artmıştır. ABD'nin 2012-2016 yılları arasında hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve halı sektörleri toplam ithalatı %5,6 oranında artarken, Türkiye'den ithalatı aynı dönemde sektörler bazında %29,8 oranında artmıştır.

Tablo 199: ABD Genel İthalatında ve Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
GENEL İTHALAT	3,6	-4,0	-1,6	5,9	3,6
TÜRKİYE	10,8	7,6	4,4	13,6	41,5
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL DERİ VE HALI İTHALATI	3,4	4,4	-2,5	-2,9	2,2
TÜRKİYE	9,5	7,7	6,4	11,2	39,5
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	2,6	4,4	-1,9	-2,9	2,0
TÜRKİYE	5,8	7,9	7,8	5,4	29,6
TEKSTİL İTHALATI	4,1	2,0	-5,6	-0,8	-0,6
TÜRKİYE	9,1	8,8	-8,1	3,2	12,6
DERİ İTHALATI	4,6	5,2	-3,4	-4,1	2,0
TÜRKİYE	-1,3	-4,5	21,9	-5,0	9,1
HALI İTHALATI	12,9	2,7	5,6	3,8	27,1
TÜRKİYE	23,1	8,5	19,0	34,3	113,4

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

ABD'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ithalat değerlerine bakıldığında 2015 yılında 104 milyar \$ ile en yüksek seviyeye çıktığı görülmektedir. 2017 yılında ise bu rakam 99 milyar \$'a gerilemiştir. ABD'nin Türkiye'den toplam hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı 2017 yılı için 800 milyon \$ olarak hesaplanmıştır.

Tablo 200: ABD Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
Birim: Milyar \$					
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	97	100	104	102	99
TÜRKİYE	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8
PAY %	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8
ÖRME HAZIRGIYIM	44,4	46,6	48,5	47,2	45,8
TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
PAY %	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5
DOKUMA HAZIRGIYIM	39,3	39,1	40,6	40,0	37,8
TÜRKİYE	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
PAY %	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9
HAZIR EŞYA	13,4	13,9	14,9	14,8	15,5
TÜRKİYE	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
PAY %	1,7	1,7	1,6	1,8	1,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013 yılında 97 milyar \$ olan ABD hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı 2017 yılında %3 oranında artışla 99 milyar \$'a yükselmiştir. ABD'nin Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ithalatı aynı dönemde %29,6 artarak 600 milyon \$'dan 800 milyon \$'a yükselmiştir. 2013-2017 yılları arasında ABD'nin Türkiye'den hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı her üç ürün grubunda %14 ila %46,6 arasında değişen oranlarda artmıştır.

Tablo 201: ABD'nin Türkiye'den Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Ürünleri İthalatında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
Birim: %					
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	2,6	4,4	-1,9	-2,9	2,0
TÜRKİYE	5,8	7,9	7,8	5,4	29,6
ÖRME HAZIRGIYIM	5,0	4,0	-2,7	-3,1	3,1
TÜRKİYE	7,7	17,4	-4,6	5,6	27,3
DOKUMA HAZIRGIYIM	-0,6	3,8	-1,5	-5,4	-3,8
TÜRKİYE	5,7	9,2	12,7	12,7	46,6
HAZIR EŞYA	3,7	7,3	-0,8	4,5	15,3
TÜRKİYE	4,5	-0,5	13,1	-3,0	14,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

ABD'nin hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ithalatında 2017 yılında 36,8 milyar \$ ile Çin bulunmaktadır. Çin'i 12 milyar \$ ile Vietnam izlerken, Türkiye 800 milyon \$ ile 20.sırada yer almaktadır.

Tablo 202: ABD Hazır giyim ve Konfeksiyon İthalatında İlk 10 Ülke ve Türkiye

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	97	100	104	102	99	2,0
1 ÇİN	38,8	39,1	40,4	39,2	36,8	-5,1
2 VIETNAM	8,5	9,6	11,0	11,6	12,0	42,2
3 HİNDİSTAN	5,6	5,9	6,3	6,2	6,5	15,4
4 BANGLADEŞ	5,2	5,1	5,7	5,7	5,3	1,2
5 ENDONEZYA	5,2	5,1	5,2	5,0	4,8	-8,5
6 MEKSİKA	4,6	4,7	4,6	4,5	4,7	1,6
7 PAKİSTAN	3,0	3,0	3,0	2,8	2,8	-7,7
8 HONDURAS	2,7	2,8	2,9	2,9	2,6	-1,1
9 KAMBOÇYA	2,7	2,6	2,6	2,3	2,3	-15,6
10 SRİ LANKA	1,8	1,9	2,2	2,0	2,1	16,4
20 TÜRKİYE	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	29,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

ABD'nin Tekstil Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

ABD tekstil sektörü ithalatı 2017 yılında 12,1 milyar \$ olarak kaydedilmiştir. ABD'nin Türkiye'den tekstil sektörü ithalatı 400 milyon \$ düzeyindedir. 2017 yılında ABD 1,3 milyar \$ değerinde elyaf ithalatı, 1,8 milyar \$ değerinde iplik, 2,3 milyar değerinde dokuma kumaş ve 1 milyar \$ değerinde örme kumaş ithal etmiştir.

Tablo 203: ABD Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
TEKSTİL İTHALATI (FASIL 50-56 & 58-60)	12,2	12,7	13,0	12,2	12,1
TÜRKİYE	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
PAY %	2,8	2,9	3,1	3,0	3,1
ELYAF	1,3	1,4	1,5	1,3	1,3
TÜRKİYE	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
PAY %	5,0	5,1	4,9	4,8	4,6
İPLİK	2,2	2,1	2,1	1,9	1,8
TÜRKİYE	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
PAY %	4,4	5,0	4,9	4,6	5,4
DOKUMA KUMAŞ	2,6	2,7	2,7	2,4	2,3
TÜRKİYE	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
PAY %	4,0	3,9	4,5	4,6	4,3
ÖRME KUMAŞ	1,0	1,1	1,1	1,2	1,0
TÜRKİYE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PAY %	1,4	1,8	1,9	1,2	0,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

ABD'nin 2013-2017 yılları arasında tekstil sektörü ithalatı %0,6 oranında azalırken Türkiye'den ithalatı %12,6 oranında artmıştır. ABD'nin örme kumaş ithalatındaki %2,9 oranındaki artışa karşın Türkiye'den ithalatının %33,6 oranında düşmesi dikkat çekicidir.

Tablo 204: ABD'nin Türkiye'den Tekstil Sektörü Ürünleri İthalatı Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
TEKSTİL İTHALATI (FASIL 50-56 & 58-60)	4,1	2,0	-5,6	-0,8	-0,6
TÜRKİYE	9,1	8,8	-8,1	3,2	12,6
ELYAF	10,3	2,4	-11,9	-0,6	-1,2
TÜRKİYE	11,7	-0,9	-15,2	-3,0	-8,9
İPLİK	-4,9	-0,3	-10,7	-1,3	-16,5
TÜRKİYE	8,1	-2,6	-17,1	17,9	2,9
DOKUMA KUMAŞ	2,2	1,5	-11,1	-4,3	-11,7
TÜRKİYE	1,0	17,1	-8,4	-10,4	-3,0
ÖRME KUMAŞ	10,2	1,4	1,7	-9,5	2,9
TÜRKİYE	34,7	8,2	-34,7	-30,2	-33,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

ABD'nin tekstil ürünleri ithalatında 2013-2017 yılları arasındaki ithalat değerlerine bakıldığında tüm bu yıllar içinde ilk sırada Çin yer almaktadır. ABD'nin tekstil ürünleri ithalatı 2017 yılında 3,3 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Türkiye 400 milyon \$ ile ABD'nin tekstil ithalatında 10.sırada yer almaktadır.

Tablo 205: ABD Tekstil Ürünleri İthalatında İlk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$</i>						
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)	12,2	12,7	13,0	12,2	12,1	-0,6
1 ÇİN	3,1	3,3	3,5	3,4	3,3	8,9
2 KANADA	1,2	1,1	1,1	1,1	1,0	-18,9
3 GÜNEY KORE	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	-6,1
4 HİNDİSTAN	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	29,0
5 MEKSİKA	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	-3,5
6 JAPONYA	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,1
7 ALMANYA	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	-0,9
8 İTALYA	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5	-3,0
9 TAYVAN	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5	-7,3
10 TÜRKİYE	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	12,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya Dış Ticaretinde ve Sektörel Ticarete Türkiye'nin Yeri

Rusya'nın 2017 yılında tüm dünyadan gerçekleştirdiği genel ithalat değeri 228,2 milyar \$ olarak hesaplanmıştır. Rusya genel ithalatı içinde aynı dönemde Türkiye 3,4 milyar \$ ile %1,5 paya sahiptir.

Rusya 2017 yılı genelinde hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve halı sektörlerinin tamamında 14,5 milyar \$'lık ithalat gerçekleştirirken Türkiye 500 milyon \$ ile %3,7 paya sahiptir.

Tablo 206: Rusya Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyar \$</i>					
GENEL İTHALAT	314,9	286,6	182,8	182,3	228,2
TÜRKİYE	7,3	6,7	4,1	2,1	3,4
PAY %	2,3	2,3	2,2	1,2	1,5
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	19,3	17,3	11,5	11,6	14,5
TÜRKİYE	1,3	1,2	0,7	0,2	0,5
PAY %	7,0	6,7	6,3	1,9	3,7

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2013-2017 yılları arasında Rusya'nın genel ithalatında %27,5 oranında düşüş olduğu görülmektedir. Aynı dönemde Rusya'nın Türkiye'den ithalatında ise %52,7 ile genel ithalat oranından daha yüksek bir düşüş oranı gerçekleşmiştir.

Rusya'nın 2017 yılındaki sektörel bazdaki ithalatı 2013'e göre %24,9 oranında azalırken, Türkiye'den sektörel ithalatı %60 ile daha yüksek oranlı bir düşüş yaşamıştır.

Tablo 207: Rusya Genel İthalatında ve Sektörel İthalatta Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
GENEL İTHALAT	-9,0	-36,2	-0,3	25,2	-27,5
TÜRKİYE	-8,5	-38,9	-47,2	60,3	-52,7
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON, TEKSTİL, DERİ VE HALI ÜRÜNLERİ	-10,1	-33,8	1,2	24,7	-24,9
TÜRKİYE	-14,0	-37,6	-69,2	142,2	-60,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

2017 yılında Rusya 7,3 milyar \$ değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştirmiştir. Türkiye ise aynı dönemde 316,4 milyon \$ ile Rusya hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri pazarında %4,3'lük bir paya sahip olmuştur.

Tablo 208: Rusya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>					
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	9.284	8.671	5.772	5.905	7.307
TÜRKİYE	610,9	555,0	363,4	135,0	316,4
PAY %	6,6	6,4	6,3	2,3	4,3
ÖRME HAZIRGIYIM	4.066	3.725	2.417	2.561	3.181
TÜRKİYE	297,6	269,8	163,2	68,6	151,4
PAY %	7,3	7,2	6,8	2,7	4,8
DOKUMA HAZIRGIYIM	4.125	4.024	2.681	2.700	3.394
TÜRKİYE	251,5	233,8	175,4	61,4	147,4
PAY %	6,1	5,8	6,5	2,3	4,3
HAZIR EŞYA	1.093	922,6	673,3	643,4	731,4
TÜRKİYE	61,7	51,4	24,8	5,1	17,6
PAY %	5,6	5,6	3,7	0,8	2,4

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatında genel bir düşüş eğilimi olduğu tespit edilebilmektedir. 2013-2017 yılları arasında sektör genelindeki ithalat %21,3 oranında düşmüştür. Rusya'nın bu dönemde Türkiye'den sektörel ithalatı ise %48,2 oranında azalmıştır.

Tablo 209: Rusya Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatında Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)	-6,6	-33,4	2,3	23,7	-21,3
TÜRKİYE	-9,2	-34,5	-62,8	134,3	-48,2
ÖRME HAZIRGIYIM	-8,4	-35,1	5,9	24,2	-21,8
TÜRKİYE	-9,3	-39,5	-58,0	120,8	-49,1
DOKUMA HAZIRGIYIM	-2,4	-33,4	0,7	25,7	-17,7
TÜRKİYE	-7,1	-25,0	-65,0	140,1	-41,4
HAZIR EŞYA	-15,6	-27,0	-4,4	13,7	-33,1
TÜRKİYE	-16,7	-51,7	-79,6	247,2	-71,5

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatında 2017 yılındaki 2,9 milyar \$'lık ithalat değeri ile en büyük tedarikçi olarak Çin bulunmaktadır. Rusya'nın Çin'den hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ithalatı 2013-2017 yılları arasında %32,4 oranında azalmıştır. Buna karşılık, Rusya'nın bu sektördeki ithalatında ikinci sırada yer alan Bangladeş'ten ithalat aynı dönemde %57,6 oranında artmıştır. Türkiye Rusya'nın hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında 316,4 milyon \$'lık ithalat değeri ile dördüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 210: Rusya Hazır giyim ve Konfeksiyon Ürünleri İthalatında İlk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$</i>							
KONFEKSİYON İTHALATI (FASIL 61-63)		9.284	8.671	5.772	5.905	7.307	-21,3
1	ÇİN	4.258	3.990	2.509	2.392	2.876	-32,4
2	BANGLADEŞ	508,9	572,2	506,7	600,1	802,0	57,6
3	İTALYA	453,9	420,0	284,2	352,1	489,8	7,9
4	TÜRKİYE	610,9	555,0	363,4	135,0	316,4	-48,2
5	VİETNAM	282,5	313,6	218,3	233,3	315,7	11,7
6	BELARUS	571,9	400,9	181,2	279,7	238,2	-58,4
7	HİNDİSTAN	267,0	310,4	218,8	209,2	231,9	-13,1
8	ÖZBEKİSTAN	198,9	164,1	138,3	178,8	230,5	15,9
9	SİRBİSTAN	147,6	124,3	84,8	106,3	146,1	-1,0
10	KAMBOÇYA	104,7	104,1	86,7	110,9	126,7	21,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın Tekstil Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

Rusya 2017 yılında tüm dünyadan 2,7 milyar \$ değerinde tekstil ithalatı gerçekleştirmiştir. Rusya'nın Türkiye'den tekstil ithalatı 97,6 milyon \$'lık ithalat değeri ve %3,6'lık pay ile oldukça sınırlı olmuştur.

Tablo 211: Rusya Tekstil İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>					
TEKSTİL İTHALATI (FASIL 50-56 & 58-60)	3.618	3.440	2.382	2.409	2.692
TÜRKİYE	500,0	407,3	240,4	47,2	97,6
PAY %	13,8	11,8	10,1	2,0	3,6
ELYAF	573,5	493,5	404,9	409,6	405,2
TÜRKİYE	11,1	8,8	10,9	5,5	8,6
PAY %	1,9	1,8	2,7	1,3	2,1
İPLİK	672,5	612,0	523,3	543,9	652,7
TÜRKİYE	82,0	61,9	41,6	11,2	19,5
PAY %	12,2	10,1	7,9	2,1	3,0
DOKUMA KUMAŞ	717,9	717,6	431,5	429,3	514,9
TÜRKİYE	82,8	66,4	44,5	9,5	23,0
PAY %	11,5	9,3	10,3	2,2	4,5
ÖRME KUMAŞ	561,8	498,3	269,6	238,3	246,1
TÜRKİYE	230,9	191,8	93,6	5,0	22,2
PAY %	41,1	38,5	34,7	2,1	9,0

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın tekstil ithalatında 2013-2017 yılları arasında %25,6'lık bir düşüş gerçekleşmiştir. Bununla birlikte Rusya'nın Türkiye'den tekstil ürünleri ithalatı aynı dönemde %80,5 oranında düşmüştür.

Tablo 212: Rusya Tekstil İthalatında Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
TEKSTİL İTHALATI (FASIL 50-56 & 58-60)	-4,9	-30,8	1,1	11,8	-25,6
TÜRKİYE	-18,5	-41,0	-80,4	106,7	-80,5
ELYAF	-14,0	-18,0	1,2	-1,1	-29,3
TÜRKİYE	-21,0	23,7	-49,6	57,4	-22,5
İPLİK	-9,0	-14,5	3,9	20,0	-2,9
TÜRKİYE	-24,5	-32,9	-73,0	73,6	-76,3
DOKUMA KUMAŞ	0,0	-39,9	-0,5	19,9	-28,3
TÜRKİYE	-19,8	-33,0	-78,7	143,3	-72,2
ÖRME KUMAŞ	-11,3	-45,9	-11,6	3,3	-56,2
TÜRKİYE	-16,9	-51,2	-94,7	348,1	-90,4

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın 2013 yılında 3,6 milyar \$ değerinde olan tekstil ürünleri ithalatı 2017 yılında %25,6 oranında azalarak 2,7 milyar \$ olmuştur. Rusya'nın tekstil ürünleri ithalatında 2017 yılında 744,8 milyon \$ ile ilk sırada Çin yer alırken Türkiye 97,6 milyon \$ ile altıncı sırada bulunmaktadır.

Tablo 213: Rusya Tekstil İthalatında İlk 10 Ülke

DEĞER / DEĞİŞİM		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$</i>							
TEKSTİL ÜRÜNLERİ (FASIL 50-56 & 58-60)		3.618	3.440	2.382	2.409	2.692	-25,6
1	ÇİN	931,6	891,0	580,9	643,1	744,8	-20,1
2	ÖZBEKİSTAN	223,9	247,0	222,2	282,6	311,5	39,1
3	BELARUS	372,7	286,5	221,4	282,5	286,6	-23,1
4	ALMANYA	162,1	142,1	93,4	110,7	138,0	-14,8
5	KORE	135,3	115,9	83,5	81,2	105,1	-22,3
6	TÜRKİYE	500,0	407,3	240,4	47,2	97,6	-80,5
7	İTALYA	136,1	186,3	72,0	96,4	87,3	-35,8
8	ABD	163,9	187,2	114,3	96,4	66,2	-59,6
9	HİNDİSTAN	58,8	54,0	42,7	50,7	66,2	12,6
10	JAPONYA	68,1	61,4	83,8	72,4	63,6	-6,6

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın Deri Sektörü Ticaretinde Türkiye'nin Yeri

Rusya 2017 yılında dünyadan toplam 4,3 milyar \$ değerinde deri ve deri mamulleri ithalatı gerçekleştirmiştir. Türkiye'den 2017 yılında Rusya 115,1 milyon \$ değerinde deri ve deri mamulleri ithal etmiştir. Bununla Türkiye'nin Rusya deri ve deri mamulleri ithalatındaki payı %2,7 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 214: Rusya Deri Sektörü İthalatında Ürün Grubu Bazında Türkiye'nin Yeri

DEĞER / PAY	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Birim: Milyon \$</i>					
DERİ İTHALATI (FASIL 41,42,43&64)	6.102	4.964	3.186	3.169	4.304
TÜRKİYE	179,9	150,9	101,3	37,4	115,1
PAY %	2,9	3,0	3,2	1,2	2,7
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	65,5	45,5	33,3	46,0	60,3
TÜRKİYE	3,1	2,2	2,9	1,3	2,4
PAY %	4,8	4,8	8,7	2,8	4,0
DERİ VE KÜRK GİYİM	367,2	317,2	189,4	201,6	318,5
TÜRKİYE	70,7	63,9	37,1	18,8	41,5
PAY %	19,3	20,2	19,6	9,3	13,0
SARACİYE	1.047	883,1	578,7	547,2	697,3
TÜRKİYE	7,3	4,2	3,1	1,6	3,0
PAY %	0,7	0,5	0,5	0,3	0,4
AYAKKABI	4.578	3.682	2.362	2.353	3.175
TÜRKİYE	97,1	79,5	57,0	15,7	66,2
PAY %	2,1	2,2	2,4	0,7	2,1

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Rusya'nın deri ve deri mamulleri ithalatında ürün grupları bazında değişim oranlarına bakıldığında 2013-2017 yılları arasında %29,5 oranında azalış olduğu görülürken, Türkiye'den ithalatın aynı dönemde %36 oranında azaldığı görülmektedir.

Özellikle Türkiye'den saraciye ürünleri ithalatının 2013-2017 yılları arasındaki dönemde %58,3 düşmesi dikkat çekicidir.

Tablo 215: Rusya Deri Ürünleri İthalatında Ürün Grubu Bazında Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2013-2017
<i>Birim: %</i>					
DERİ İTHALATI (FASIL 41,42,43&64)	-18,6	-35,8	-0,5	35,8	-29,5
TÜRKİYE	-16,1	-32,9	-63,1	207,6	-36,0
HAM VE İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	-30,6	-26,8	38,2	31,2	-7,9
TÜRKİYE	-30,1	32,4	-55,4	88,4	-22,3
DERİ VE KÜRK GİYİM	-13,6	-40,3	6,4	58,0	-13,3
TÜRKİYE	-9,6	-41,9	-49,5	121,5	-41,2
SARACİYE	-15,7	-34,5	-5,4	27,4	-33,4
TÜRKİYE	-41,6	-26,0	-47,7	84,6	-58,3
AYAKKABI	-19,6	-35,8	-0,4	35,0	-30,6
TÜRKİYE	-18,1	-28,3	-72,4	320,8	-31,9

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2.1.4. Dünyadaki Gelişme Eğilimleri

Dünya hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde küresel ticarete rakip ülkelerin konumu incelendiğinde, her bir sektör için farklılık gösteren eğilimler olmakla birlikte, genel olarak ortak eğilimleri aşağıdaki şekilde tespit etmek mümkündür.

Küresel ekonomik koşullar, küresel talebi etkilemektedir:

Küresel ekonomik krizler ve siyasi belirsizlikler küresel talebin düşmesine ve küresel ticaretin olumsuz etkilenmesine yol açmaktadır. Bu durum, ülkemiz dahil rakip ülkelerin ihracatları üzerinde de olumsuz etkilere yol açmaktadır. Ancak bu koşullara rağmen ihracatını arttırabilen ülkelerin ilgili sektöre yatırım yaptığı ve rekabetçi özelliklerini yükselttiği görülmektedir.

Gelişmiş ülkeler hala önemli ihracat pazarları olma konumunu korumaktadır:

Gelişmiş ülkelerin küresel ticarete aynı zamanda önde gelen ithalatçı ülkeler olması durumu son beş yılda da değişmemiştir. Bu durum, çoğunlukla ihracatçı olan gelişmekte olan ülkeler için, ihracat pazarları olarak hedeflenen gelişmiş ülkelerdeki ekonomik koşulları takip etmesine ve tedarik zincirini bu ülkelerdeki taleplere göre şekillendirmesine yol açmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin aynı zamanda ihracat pazarı konumuna gelmesinde sıkıntılar vardır:

Son yıllarda üzerinde durulan önemli öngörülerden biri de gelişmiş ülkelerdeki pazardaki daralmaya karşın, gelişmekte olan ülkelerin, hatta bu ülkelerdeki belirli şehirlerin artan orta sınıf ve gelir seviyesi sayesinde önemli bir ihracat pazarı konumuna yükseleceğidir. Öte yandan, geçtiğimiz son beş yıl içinde gelişmiş pazarlara alternatif olarak gösterilecek bir gelişmekte olan ülke ve şehir ortaya çıkmamıştır. Bu öngörünün gecikmesinin başlıca nedenleri arasında gelişmekte olan ülkelerin korumacılık politikaları ile pazardaki tercihlerin farklı olmasıdır. Bunun yanı sıra gelişmiş ülke ekonomilerindeki sıkıntıların ve genel anlamda siyasi belirsizliklerin gelişmekte olan ülke pazarlarında refah artışını sınırlaması da buna diğer bir neden olarak gösterilebilir. Yine de 2011-2016 döneminde İHKİB tarafından Mc Kinsey'in analitik desteği alınarak hazırlanan rapora göre dönemde Pazar büyüklüğü olarak olumlu performans sergileyen ülkeler Çin, Hindistan ve Suudi Arabistan gibi gelişmekte olan ülkelerdir.

Gelişmiş ülkelerde üretimin artması gelecek dönem için önemli bir öngörüdür:

Önümüzdeki dönemde gelişmekte olan ülkelerdeki pazarın daha hızlı büyüyeceğine yönelik öngörüler ve teknolojik gelişmeler sonucu üretimin gelişmiş ülkelere doğru yönelmesi beklentisi, küresel tedarik zincirini de etkileyecek niteliktedir.

Yukarıda özetlenen başlıklar çerçevesinde, belirli tedarikçi ülkelerin koşulları incelendiğinde önümüzdeki dönem için küresel tedarik zincirinin nasıl şekilleneceğine yönelik ipuçları da elde etmek mümkündür.

Hazırgiyim ve konfeksiyon sektörü başta olmak üzere, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörleri küresel tedarik zincirinde ülkelerin organizatör (sermaye sahibi) ülke ve tedarikçi ülke olmak üzere temel olarak iki gruba ayrıldığı söylenebilir. Buna göre ağırlıklı olarak batılı gelişmiş ülkelerin marka ve organizasyon kapasiteleri ile perakendeye hakim oldukları görülmektedir. Üretim maliyetlerinin düşüklüğü gibi çeşitli

avantajları sayesinde gelişmekte olan ülkelerin ise üretici/ihracatçı ülke olarak öne çıktıkları görülmektedir.

Öte yandan bu durum önümüzdeki dönemdeki gelişmelere bağlı olarak değişebilecek nitelikte olmasına karşın, 2012-2017 yıllarında rakip ülkelerin koşullarında radikal bir değişim olmadığı, ancak üretimin yine gelişmekte olan ülkelere arasında kaydıgı görülmektedir.

Sektörlerimizin Rakiplerine Göre Konumları

Pazar hacmi olarak ve katma değer açısından en büyük pazara sahip olan hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe, küresel rekabet her geçen gün artmaktadır. 2005'te kotaların kaldırılmasıyla birlikte fiyat bazlı rekabet küresel tedarik zincirinde etkisini gösterirken, 2010'lu yıllarla birlikte tüketicilerin sürdürülebilir koşullarda üretilen ürünlere yönelik oluşan talebi, kurumsal sosyal sorumluluk ve çevre dostu sistemler ile bunlara dönük standartların uygulanmasını gündeme getirmiştir.

Öte yandan son yıllarda başlayan teknolojik dönüşüm, dijitalleşme, otomasyon ve sanayi 4.0'a bağlı üretim koşullarındaki iyileşme ve verimlilik artışı, fiyat yerine kalite talebinin yükselişe geçmesi, ayrıca e-ticaret ve kişiselleştirilmiş pazarlama yöntemleri, küresel ticaret ortamını oldukça parçalı hale getirmiştir. Bu durum, perakendeci için tüketiciye yönelik daha agresif ve sürükleyici pazarlama yöntemleri oluşturabilen ve lojistik yönden güçlü organizasyon yapısına sahip, tedarikçi/üretici için ise daha düşük ölçekte, maliyeti düşük, verimli üretim yapabilen ve lojistik sorunu yaşamayan firmaların öne çıkmasına yol açabilecektir.

Bu açılardan Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, birçok rakibine göre hızlı moda, tasarım kapasitesi ve kalite açısından avantajlı konumdadır. Bu sebeple de ihracatı artmaya devam eden sektörümüz, küresel tedarik zincirinde ortaya çıkan yeni eğilim ve koşulları takip ederek önlem almaktadır.

Tekstil sektörü ise sermaye yoğun yapısı nedeniyle ülkeler için stratejik sektör olma özelliğini korumaktadır. Ancak itici bir hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olamayan ülkelerin tekstil sektöründeki yatırımları kısıtlı kalmakta ve özellikle gelişmekte olan ülkelere ise tekstil sektörleri yabancı yatırım öncülüğünde gelişmektedir. Gelişmiş ülkeler ise tekstil sektöründe hazır giyim üretimine yönelik tekstil ürünlerinden ziyade inovatif ve çok fonksiyonlu ve sanayinin birçok kollarına kullanılabilen teknik tekstil alanında yoğunlaşmaktadır.

Hazırgiyim üretimine yönelik kumaş ve aksesuar üretiminde birçok açıdan dünyadaki rakiplerine göre önde olan Türk tekstil sektöründe, ihracatta ivme kazandıracak olan teknik tekstil alanındaki yatırımlar ise artarak devam etmektedir.

Deri ve deri mamulleri sektörünün gelişimini etkileyen en önemli unsur, kaliteli hammadde temini ve hammadde üretimine yönelik önemli sermaye getiren yatırımların çevresel kaygılar gözetilerek yapılabilmesidir. Ayrıca değişen tüketici talepleri deri ve deri ürünleri sektörünün küresel tedarik zincirini etkileyen başta gelen unsurdur.

Türk deri ve deri mamulleri sektörünün küresel ticarete rakiplerine göre öne geçebilmesi için, alt sektör bazında değişmekte birlikte özellikle ayakkabı sektöründe bir taraftan ölçek sorununu çözebilmesi, diğer taraftan pazarlama alanında daha kurumsal bir yönetim anlayışını benimsemesi gerekmektedir. Rusya ile yaşanan uçak krizi sonrasında bu sorunları daha net bir şekilde fark eden sektörümüz, gelecek dönem için çalışmalarını bu yönde sürdürmektedir.

Halı sektöründe ise istihdam ve kalifiye işgücü ve tasarım ile inovatif fikirlerin hayata geçirilmesi rakiplere karşı avantaj kazandırıcı eğilimler olarak öne çıkmaktadır.

Türk el halısı sektörü, el dokumacılığın azalması sonucu toplam halı ihracatındaki konumunu her geçen gün kaybetmektedir. Öte yandan yeni büyük yatırımlar makine halısında ülkemizi belirgin bir şekilde öne taşımaktadır.

Sektörlerin GZFT Analizi ve Rekabet Gücü Değerlendirmesi

Hazırgiyim ve Konfeksiyon ile Tekstil Sektörleri

Hazırgiyim ve tekstil sektörleri ülkemizde en yaygın üretim ve istihdam altyapısı olup dünyada önde gelen 7. büyük tedarikçi durumundadır. Sektörlerin rekabet güçleriyle ilgili güçlü ve zayıf yönleriyle mevcut fırsatlar ve olası tehditler aşağıda bulunmaktadır.

Güçlü Yönler

- Hızlı ve esnek hareket edebilme
- Küçük siparişlere cevap verebilme
- Büyük pazarlara (AB ve Rusya gibi) yakınlık
- Kaliteli ve deneyimli işgücü
- Organizasyon tecrübesi, aktif yönetim ve yönetici varlığı

- Güçlü bir tekstil üretim altyapısının varlığı ve tekstil ve hazır giyim sanayilerinde yatay entegrasyon
- Hammaddeden aksesuara tüm segmentlerde üretim yapılabilme (Entegre üretim)
- Yan sanayi ve terbiye sektöründe güçlü altyapı
- Modern teknolojik altyapının varlığı
- Son dönemde tasarım ve markalaşma çalışmalarında önemli mesafe kat edilmesi
- Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarında yoğunlaşma
- Yurtdışı perakende mağaza sayısında hızlı artış
- Çevre ve insan sağlığına uygun üretimde yaygınlık

Zayıf Yönler

- Yüksek üretim maliyetleri
- Nitelikli ara eleman ihtiyacı
- Temel hammaddelerin üretiminin talebi karşılayamaması
- Ar-Ge ve Ür-Ge kapasitesinin güçlendirilmesi ihtiyacı
- Üniversite-sanayi işbirliğinin istenen düzeyde olmaması
- Küçük ve orta ölçekli firma yapısı nedeniyle rekabette yaşanan sorunlar

Fırsatlar

- AB ekonomilerindeki krizin hızlı ve küçük siparişe dayalı üretim yapan ülkemiz için fırsat oluşturması
- Dinamik Avrasya ve Ortadoğu pazarlarına yakınlık
- İstikrarlı ve büyüyen ekonomi
- Dijitalleşme ve teknoloji altyapısındaki gelişmelerin olumlu etkisi

Tehditler

- Yaşanan gelişmeler çerçevesinde Ortadoğu'da derinleşen istikrarsızlık
- AB'nin ticaret politikalarının değişimi nedeniyle bu pazarda tercihli rekabet avantajımızın yitirilmesi

- Çin, Hindistan ve Brezilya gibi yükselen Asya pazarlarına coğrafi uzaklığımız.
- Ülkemizde diğer sektörlerdeki gelişim ve hizmet sektörün gelişmesinin işgücü olanaklarını sınırlaması
- Dijitalleşme ve sanayi 4.0 uygulamalarının sektörlere yeterince hızlı adapte edilememesi

Deri ve Deri Mamulleri Sektörü

Güçlü Yönler

- Son dönemde azalmakla birlikte önemli yurtiçi hayvan varlığı ve önemli yurtiçi ham deri üretimi
- Düzgün fiziksel mekanlara sahip AB standartlarında çevreye saygılı üretimin yapıldığı OSB'ler ve bu bölgelerde mevcut arıtma tesisleri
- Çevre koruma ve arıtma alanında büyük ölçüde AB mevzuatına uyum
- Büyük pazarlara (AB ve Rusya gibi) yakınlık
- Kaliteli ve deneyimli işgücü
- Organizasyon tecrübesi, aktif yönetim ve yönetici varlığı
- Geleneksel güçlü bir üretim kültürü ve altyapısının varlığı
- Dinamik genç ve eğitim seviyesi yükselen nüfus
- Esnek, hızlı, kaliteli ve gerekirse düşük miktarlarda üretim
- Artan tasarım ve moda odaklı üretim ve pazarlama anlayışı

Zayıf Yönler

- Ham deride ithalata bağımlılık
- Yüksek oranda kontrolsüz kesim sonucu yerli ham deri arzının düşük kalması ve kalitesiz üretim
- Genç nüfusun istihdam açısından sektöre ilgi göstermemesi
- Uluslararası tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde eksiklik
- Ucuz işgücü avantajına sahip ve çevre koruma-arıtma konularında hassas olmayan ülkelerle haksız rekabet

- Ayakkabı ve saraciye üretiminin dağınık ve genelde KOBİ ölçeğinde olması
- Sektörün finansal derinliğinin bulunmaması ve bu nedenle büyük yatırımların yapılmaması
- Rusya ve eski Doğu Bloğu pazarına bağımlılık
- Marka sayısının azlığı ve markalaşmada geç kalınarak fasonculukta ısrar
- İşgücü maliyetleri ile enerji-su maliyetlerinin rakip ülkelere göre yüksek oluşu

Fırsatlar

- AB ekonomilerindeki krizin hızlı ve küçük siparişe dayalı üretim yapan ülkemiz için fırsat oluşturması
- Dinamik Rusya, Avrasya ve Ortadoğu pazarlarına yakınlık
- İstikrarlı ve büyüyen ekonomi
- Nüfus ve gelir artışına paralel büyüyen dinamik iç pazar
- Turizmin gelişmesinin getireceği ek talep
- Bugüne kadar üstünde durulmamış veya başarı elde edilememiş ABD ve Japonya gibi pazarlar ile Çin gibi büyüyen yeni pazarlara girme olanağı
- Batı Avrupa ülkelerinin deri ürünleri imalatından çıkması ve bu boşluğu doldurma fırsatı

Tehditler

- Orta Doğu' da derinleşen istikrarsızlık
- AB'nin ticaret politikalarının değişimi nedeniyle bu pazarda tercihli rekabet avantajımızın yitirilmesi
- Çin ve Brezilya gibi gelişen yeni pazarlara coğrafi uzaklığımız.
- Ülkemizde diğer sektörlerdeki gelişim ve hizmet sektörünün gelişmesinin işgücü olanaklarını sınırlaması
- Yerli ham deri arzında düşüş ihtimali
- Dünyada ham deri arzının daralması ve artan maliyetler
- Kurumsallaşma ve profesyonel yönetici istihdamının sınırlı kalması
- Deriye alternatif suni deri gibi ürünlerin tüketiminin yaygınlaşması

2.1.5. Uluslararası Standartlar

Hazırgiyim ve konfeksiyon sanayi, küresel çapta faaliyet gösteren değer zincirleri incelendiğinde belki de uluslararası standartların en fazla kullanıldığı ve arandığı sanayi olarak öne çıkmaktadır. Tekstil hammaddesinden başlayarak değer zincirinin her alanında oluşmuş bir standart sistemi bulunmaktadır.

Hazırgiyim ve konfeksiyon sanayinde uluslararası standartlarla ilgili olarak aşağıdaki iki unsur sektörün faaliyetlerini etkilemektedir.

- Küresel alıcıların talep ettikleri standartlar sistemi farklılaşmakta olup, ülke ve alıcı bazında uygulanmakta olan birçok standart sistemine üretici firmanın aynı anda dahil olması söz konusu olabilmektedir.
- Zorunluluk olmamasına karşın, alıcıların hatta müşterilerin dahi belirli bir standartta ürün talep ediyor olması, firmaları oluşan maliyetleri karlarından düşerek bu standartlara uyum sağlamaya zorunlu kılmaktadır.

Bu çerçevede hazırgiyim ve konfeksiyon sanayinin küresel tedarik zincirinde uluslararası standartlar açısından rekabetçiliğini geliştirmek amacıyla İHKİB aşağıdaki faaliyetleri yürütmektedir.

Lobi Faaliyetleri ve İşbirlikleri

- Platformlar
 - Türkiye Etik Ticaret Platformu
 - Euratex Sürdürülebilirlik Çalışma Grubu
 - OECD Tedarik Zinciri Yönetimi Çalışma Grubu
 - Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (KSSD)
- Örgütler ve Organizasyon Yapıları
 - Sektörde Öncü Çok Paydaşlı İnisiyatifler
 - ACT Yapılanması
 - Avrupalı Sektörel Yapılarla Toplantılar
 - IndustriALL ve Hazırgiyim Markaları

KSS Uygulamaları

- KOBİ'ler için Sürdürülebilir Ağlar ve İlişkiler Zinciri Projesi
- Kitlese KSS Yayınları
- Suriyeli Genç ve Kadınlara Mesleki Beceri Kazandırılması Projesi
- İşyerinde Sosyal diyalog Programlarının Desteklenmesi
- SLCP (Social and Labor Convergence Project)
- Yabancı İstihdamına İlişkin Bilgilendirme Seminerleri
- Sosyal Uygunluk İyileştirme Programları

Kamu Politikalarına Yönelik Çalışmalar

- Türkiye'de Yaşayan Suriyeli Mültecilere İstihdam İmkanları Yaratılması için Uluslararası Alanda Yapılacak Girişimler
- Çocuk ve Suriyeli İşçilere İlişkin Çalışma Toplantısı
- Türkiye'de Çocuk İşçiliği Sorununa İlişkin Pozisyon Belgesi

Yerli ve uluslararası paydaşları ile yürüttüğü bu çalışmalar vesilesiyle İHKİB, bir taraftan ülkemizde uluslararası standartlara uygun bir şekilde üretim yapıldığının mesajını vermekte, diğer taraftan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün konuya ilişkin farkındalığını arttırmaktadır.

Öte yandan, ülkemiz hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün küresel çapta özellikle Asyalı rakiplerine karşı en önemli rekabet avantajı oluşturan uluslararası standartlara uygunluk, gelecek dönemde de önemini koruyacaktır.

2.1.6. Başarılı Ülke Uygulamaları

2000'li yıllarla birlikte üretimde ve ihracatta genişleme politikası benimseyen Çin, birçok sektörde ülkemiz de dahil olmak üzere birçok ülke için rakip ülke konumunda olmuştur. Çin'de hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörleri, devlet sübvansiyonu ile birlikte hızlı bir gelişim kaydetmiş ve dünya pazarlarında önemli paylar elde etmişti. Öte yandan Çin'in son yıllarda yatırımlarının niteliğini değiştirme politikası sonucu teknolojik yatırımların artması ve üretim

maliyetlerinin yükselmesi, Çin'in bu sektörlerde bir üretim üssü olma özelliğini azaltmaya itmiştir.

Öte yandan Çin'e akan yatırımların ve ayrıca Çin'deki muhtemel yatırımların Bangladeş, Vietnam ve Kamboçya gibi ülkelere yöneldiği görülmektedir. Bu ülkelerin son yıllarda artan ihracat hacimleri üzerinde gelişmiş ülkeler tarafından sağlanan tek taraflı tavizler de etkili olmuştur. Asya bölgesinde üretimde avantajlı konumda olan Hindistan ve Pakistan ile Endonezya ise yüksek ölçekli ve düşük maliyetli üretim yapabilme kabiliyetleri sayesinde sektörlerimiz için rakip olmaya devam etmektedir.

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil ve deri ve deri mamulleri sektörümüz için İtalya, üretim, tasarım ve pazarlama, ayrıca markalaşma ve sürdürülebilirlik alanlarında bir model ülke olarak rakip ülke sınıfındadır. İtalya'nın sektörel açıdan sergilediği kazanımlar, ülkemiz sektörleri açısından dikkatle takip edilmektedir.

Belçika, özellikle Avrupa bölgesinde bir dağıtım üssü olarak, Brezilya ise geniş iç piyasası ve bu sektörlerde artan yatırımları ile rakip ülke olarak bu raporda incelenmiştir.

Çin'in Rekabet Analizi

2000'li yılların başından itibaren dünya pazarlarında baskın üretici-ihracatçı olarak bir tehdit unsuru olan Çin, son dönemlerde düşük fiyatlı üretimden kaliteli ve her türlü ürünü üretebilen farklı bir kimliğe geçiş yapmıştır.

Çin halihazırda Türkiye gibi elyaftan, ipliğe, kumaştan nihai ürünlere güçlü bir üretim altyapısı olan “tek durak üretim” üssü niteliğindeki ender bir üretici kimliğine sahiptir.

Ancak, sermaye yoğun yatırımlara yönelen Çin tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörlerinde 2000-2010 döneminde olduğu gibi hızlı bir gelişim içinde bulunmamaktadır.

Sektörel ihracatta güçlü bir yeri olan Çin 2017 yılında 83 milyar \$'lık tekstil, 2,7 milyar \$'lık halı, 172 milyar \$'lık hazır giyim ve konfeksiyon ile 82 milyar \$'lık deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir. 2015 yılından itibaren Çin'in tüm sektörlerdeki ihracatının azalma eğiliminde olduğu görülebilmektedir.

Tablo 216: Çin'in Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyar \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	80	83	82	79	83	4,4
DEĞİŞİM		4,3	-1,7	-3,6	5,6	
ELYAF	3,0	3,2	2,9	2,8	3,2	3,8
DEĞİŞİM		5,8	-11,0	-0,6	10,9	
İPLİK	11,4	11,3	10,2	10,0	10,9	-4,5
DEĞİŞİM		-1,3	-9,3	-1,6	8,3	
DOKUMA KUMAŞ	35,9	37,1	37,1	35,1	35,3	-1,6
DEĞİŞİM		3,3	0,2	-5,4	0,6	
ÖRME KUMAŞ	12,9	14,1	14,6	14,4	16,5	28,0
DEĞİŞİM		9,6	3,4	-1,4	14,5	
HALI (FASIL 57)	2,5	2,7	2,6	2,5	2,7	8,1
DEĞİŞİM		7,0	-1,9	-4,0	7,3	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	192	202	189	172	172	-10,3
DEĞİŞİM		5,2	-6,3	-9,1	0,0	
ÖRME HAZIRGIYIM	97	92	84	74	72	-25,6
DEĞİŞİM		-5,0	-8,9	-11,2	-3,3	
DOKUMA HAZIRGIYIM	68	81	78	72	74	7,8
DEĞİŞİM		19,3	-3,7	-8,1	2,1	
HAZIR EŞYA	27	28	27	26	26	-1,3
DEĞİŞİM		6,1	-5,4	-5,2	3,7	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	86	91	89	79	82	-4,3
DEĞİŞİM		6,8	-3,0	-11,2	4,2	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	0,5	0,6	0,7	0,6	0,6	32,8
DEĞİŞİM		20,9	18,2	-5,8	-1,3	
DERİ VE KÜRK GİYİM	3,5	4,1	3,3	3,6	3,9	11,4
DEĞİŞİM		17,5	-20,1	10,8	7,2	
SARACİYE	30,0	29,8	30,7	27,1	28,9	-3,9
DEĞİŞİM		-0,8	2,9	-11,6	6,5	
AYAKKABI	50,8	56,2	53,5	47,2	48,4	-4,6
DEĞİŞİM		10,8	-4,9	-11,8	2,6	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

İtalya’nın Rekabet Analizi

İtalya, hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil ve deri sektörlerinde dünya çapında markalarıyla öncü bir ülke kimliğiyle anılmaktadır. “Made in Italy” olarak ülke markası algısı yüksek olan İtalya bu bakımdan sektörlerimiz açısından da bir rol modeli olarak görülmektedir.

Kaliteli, düşük hacimli ve orta-üst segment üretim profiline sahip olan İtalya, son dönemde ülke ekonomisinde yaşanan sorunlara bağlı olarak bazı sorunlar yaşasa da teknolojik gelişmeler kaynaklı verimlilik avantajlarını kullanarak ileriki dönemlerde uluslararası tedarik sistemindeki yerini koruyabilecektir.

İtalya, son beş yıl içinde %5,2 ile en fazla halı ihracatını arttırmıştır. 2017 yılında İtalya, 11,5 milyar \$’lık tekstil, 202,3 milyon \$’lık halı, 22,2 milyar \$’lık hazır giyim ve konfeksiyon ile 25,5 milyar \$’lık deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir.

Tablo 217: İtalya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	13.008	13.392	11.282	11.212	11.498	-11,6
DEĞİŞİM		3,0	-15,8	-0,6	2,6	
ELYAF	367,4	383,7	351,9	337,3	357,0	-2,8
DEĞİŞİM		4,4	-8,3	-4,2	5,8	
İPLİK	2.588	2.573	2.109	2.035	2.067	-20,1
DEĞİŞİM		-0,6	-18,0	-3,5	1,6	
DOKUMA KUMAŞ	5.305	5.437	4.587	4.586	4.700	-11,4
DEĞİŞİM		2,5	-15,6	0,0	2,5	
ÖRME KUMAŞ	1.312	1.396	1.092	1.047	1.093	-16,7
DEĞİŞİM		6,3	-21,8	-4,1	4,4	
HALI (FASIL 57)	192,4	201,1	173,3	185,7	202,3	5,2
DEĞİŞİM		4,5	-13,8	7,2	9,0	
EL HALISI	20,4	24,4	24,2	23,8	26,1	28,0
DEĞİŞİM		19,7	-0,7	-1,6	9,5	
MAKİNE HALISI	170,2	174,7	147,3	160,4	174,1	2,3
DEĞİŞİM		2,7	-15,7	8,9	8,6	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	22.522	23.855	20.206	20.757	22.170	-1,6
DEĞİŞİM		5,9	-15,3	2,7	6,8	
ÖRME HAZIRGIYIM	8.267	8.762	7.449	7.840	8.718	5,5
DEĞİŞİM		6,0	-15,0	5,2	11,2	
DOKUMA HAZIRGIYIM	13.373	14.177	11.951	12.128	12.613	-5,7
DEĞİŞİM		6,0	-15,7	1,5	4,0	
HAZIR EŞYA	881,8	916,7	805,7	789,0	839,6	-4,8
DEĞİŞİM		4,0	-12,1	-2,1	6,4	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	26.477	27.658	23.566	23.516	25.454	-3,9
DEĞİŞİM		4,5	-14,8	-0,2	8,2	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	5.493	5.565	4.557	4.309	4.395	-20,0
DEĞİŞİM		1,3	-18,1	-5,4	2,0	
DERİ VE KÜRK GİYİM	1.187	1.226	971,7	881,7	956,0	-19,4
DEĞİŞİM		3,3	-20,7	-9,3	8,4	
SARACİYE	7.699	8.316	7.354	7.462	8.609	11,8
DEĞİŞİM		8,0	-11,6	1,5	15,4	
AYAKKABI	11.789	12.291	10.494	10.708	11.315	-4,0
DEĞİŞİM		4,3	-14,6	2,0	5,7	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Belçika'nın Rekabet Analizi

Belçika hazır giyim, tekstil, deri ve halı ürünlerinde bir üretici olmamakla beraber küresel tedarik ağları ile entegre limanları ve konumu nedeniyle dünya ticaretinde önemli bir konumdadır.

Halı ihracatında ön sıralarda yer alan Belçika'nın halı ihracatı, son yıllarda bu sektörde gerileme eğilimine girmiştir. Hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil ve deri sektörlerinde ise iç piyasası ve lojistik bir üs olarak öne çıkan ülkenin son beş yıllık ihracatı incelendiğinde, %20,7 ile en fazla deri ve deri mamulleri ihracatını arttırdığı görülmektedir. 2017 yılında Belçika, 3,6 milyar \$'lık tekstil, 1,8 milyar \$'lık halı, 9,6 milyar \$'lık hazır giyim ve konfeksiyon ile 8,3 milyar \$'lık deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir.

Tablo 218: Belçika'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	4.575	4.305	3.764	3.321	3.609	-21,1
DEĞİŞİM		-5,9	-12,6	-11,8	8,7	
ELYAF	1.209	1.187	1.053	906	856	-29,2
DEĞİŞİM		-1,8	-11,3	-13,9	-5,5	
İPLİK	558	493	423	420	413	-25,9
DEĞİŞİM		-11,7	-14,2	-0,6	-1,6	
DOKUMA KUMAŞ	1.115	1.036	893	887	914	-18,0
DEĞİŞİM		-7,1	-13,9	-0,7	3,1	
ÖRME KUMAŞ	230	195	169	161	161	-29,9
DEĞİŞİM		-15,4	-13,5	-4,7	0,4	
HALI (FASIL 57)	1.976	1.914	1.718	1.722	1.751	-11,4
DEĞİŞİM		-3,1	-10,3	0,2	1,7	
EL HALISI	10	9	10	10	6	-36,1
DEĞİŞİM		-12,7	16,2	-0,8	-36,4	
MAKİNE HALISI	1.966	1.906	1.708	1.712	1.745	-11,2
DEĞİŞİM		-3,1	-10,4	0,2	1,9	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	9.791	9.457	8.750	9.413	9.613	-1,8
DEĞİŞİM		-3,4	-7,5	7,6	2,1	
ÖRME HAZIRGIYIM	4.868	4.761	4.505	5.068	5.303	8,9
DEĞİŞİM		-2,2	-5,4	12,5	4,6	
DOKUMA HAZIRGIYIM	3.811	3.612	3.277	3.337	3.287	-13,7
DEĞİŞİM		-5,2	-9,3	1,8	-1,5	
HAZIR EŞYA	1.113	1.084	968	1.009	1.023	-8,1
DEĞİŞİM		-2,6	-10,7	4,3	1,4	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	6.849	7.238	6.901	7.531	8.267	20,7
DEĞİŞİM		5,7	-4,7	9,1	9,8	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	220	202	169	161	192	-12,6
DEĞİŞİM		-8,1	-16,2	-4,6	19,0	
DERİ VE KÜRK GİYİM	74	85	55	49	47	-36,8
DEĞİŞİM		14,6	-35,5	-10,1	-4,8	
SARACİYE	1.397	1.351	1.255	1.349	1.432	2,5
DEĞİŞİM		-3,3	-7,1	7,5	6,1	
AYAKKABI	5.131	5.585	5.416	5.968	6.592	28,5
DEĞİŞİM		8,8	-3,0	10,2	10,5	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Hindistan'ın Rekabet Analizi

Hindistan düşük fiyatlı üretici olma özelliğine sahiptir. Tekstil ve hazır giyim ürünlerinde pamuktan, pamuklu dokuma kumaşa ve giyim eşyalarına uzanan temel ürünlere dayalı bir üretim yapısı olup, halı ve deri sektörleri de geleneksel sektörler olarak Devlet tarafından desteklenmektedir.

İleriki dönemlerde, yapılan yatırımlar sonucu daha üst segment ürünlerde üretime geçiş yapabilme özelliğine sahiptir.

Aynı zamanda Çin'in ardından en fazla nüfusa sahip olan Hindistan gelişen ekonomisi ve artan refahı ile üretici olmasının yanında ciddi bir potansiyel pazar olma özelliğini barındırmaktadır.

2017 yılında Hindistan 9,3 milyar \$'lık tekstil, 1,3 milyar \$ değerinde halı, 16 milyar \$ değerinde hazır giyim ve 4,6 milyar \$ değerinde deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir. Hindistan tüm sektörlerde %21,8 ila 48,5 arasında değişen oranlarda ihracat azalışları yaşamıştır.

Tablo 219: Hindistan'ın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	18,1	15,6	13,7	12,2	9,3	-48,5
DEĞİŞİM		-13,4	-12,5	-11,2	-23,6	
ELYAF	5,5	3,7	2,7	2,3	1,7	-69,0
DEĞİŞİM		-32,8	-27,4	-14,9	-25,3	
İPLİK	7,1	6,3	5,6	5,0	3,9	-44,3
DEĞİŞİM		-11,4	-9,9	-11,1	-21,5	
DOKUMA KUMAŞ	4,2	4,3	4,1	3,6	2,7	-36,8
DEĞİŞİM		0,7	-3,9	-12,5	-25,4	
ÖRME KUMAŞ	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	-7,2
DEĞİŞİM		1,0	-8,1	11,7	-10,5	
HALI (FASIL 57)	1,7	1,8	1,7	1,7	1,3	-25,4
DEĞİŞİM		4,9	-4,5	1,1	-26,3	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	20,4	21,2	21,7	21,5	16,0	-21,8
DEĞİŞİM		3,6	2,8	-1,0	-25,9	
ÖRME HAZIRGIYIM	7,0	7,5	7,8	7,9	6,1	-12,7
DEĞİŞİM		7,5	4,0	1,7	-23,2	
DOKUMA HAZIRGIYIM	8,7	9,1	9,3	9,1	6,2	-29,2
DEĞİŞİM		3,6	3,2	-3,2	-31,6	
HAZIR EŞYA	4,7	4,6	4,6	4,6	3,7	-21,5
DEĞİŞİM		-2,1	0,1	-1,2	-19,0	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	6,5	6,9	6,3	6,0	4,6	-29,4
DEĞİŞİM		6,7	-8,8	-4,5	-24,0	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	1,3	1,4	1,1	0,9	0,7	-50,4
DEĞİŞİM		1,1	-19,6	-17,1	-26,4	
DERİ VE KÜRK GİYİM	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	-37,1
DEĞİŞİM		-4,9	-8,4	-3,3	-25,3	
SARACİYE	1,9	1,9	1,9	1,8	1,4	-24,0
DEĞİŞİM		3,7	-3,7	-2,8	-21,7	
AYAKKABI	2,6	3,0	2,8	2,7	2,1	-20,4
DEĞİŞİM		14,6	-7,3	-0,8	-24,4	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Pakistan'ın Rekabet Analizi

Pakistan da Hindistan'a benzer şekilde çoğunlukla pamuğa dayalı tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde düşük fiyatlı ve alt segment üretim alt yapısına sahiptir. Keza deri ve halı sektörleri için de benzer üretim niteliğine sahiptir.

AB gibi gelişmiş ülkeler tarafından uygulanan tek taraflı tercihli tavizlerle Pakistan son dönemde özellikle hazır giyim, saraciye ve ayakkabı gibi doğrudan tüketiciye yönelik ürünlerin ihracatında pozitif gelişmeler sergilemiştir, bu bakımdan Türkiye açısından AB pazarında belli ürünlerde rekabet sorunu yaratmaktadır.

Pakistan 2017 yılında 4 milyar \$ değerinde tekstil; 75 milyon \$ değerinde halı; 8,9 milyar \$ değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ile 1,1 milyar \$ değerinde deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir. 2013-2017 yılları arasındaki değişim oranlarına bakıldığında zaman hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında gerçekleştirilen %16,9'luk artış haricinde diğer sektörlerde %22,8 ile %41,5 arasında değişen oranlarda düşüş kaydedildiği görülmektedir.

Tablo 220: Pakistan'ın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	5.897	5.356	4.566	3.914	3.990	-32,3
DEĞİŞİM		-9,2	-14,7	-14,3	1,9	
ELYAF	330,0	267,1	161,5	94,8	125,6	-61,9
DEĞİŞİM		-19,0	-39,5	-41,3	32,5	
İPLİK	2.275	1.959	1.608	1.273	1.276	-43,9
DEĞİŞİM		-13,9	-17,9	-20,8	0,3	
DOKUMA KUMAŞ	3.197	2.973	2.613	2.392	2.385	-25,4
DEĞİŞİM		-7,0	-12,1	-8,5	-0,3	
ÖRME KUMAŞ	32,6	36,0	41,9	36,1	27,1	-16,7
DEĞİŞİM		10,5	16,4	-13,9	-24,8	
HALI (FASIL 57)	128,3	123,3	105,2	88,8	75,0	-41,5
DEĞİŞİM		-3,9	-14,6	-15,6	-15,5	
EL HALISI	126,8	121,7	103,1	87,5	73,8	-41,8
DEĞİŞİM		-4,0	-15,3	-15,1	-15,6	
MAKİNE HALISI	1,5	1,6	2,1	1,2	1,2	-21,3
DEĞİŞİM		2,8	37,0	-41,9	-3,8	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	7.646	8.294	8.247	8.404	8.937	16,9
DEĞİŞİM		8,5	-0,6	1,9	6,3	
ÖRME HAZIRGIYIM	2.105	2.403	2.360	2.347	2.516	19,5
DEĞİŞİM		14,1	-1,8	-0,5	7,2	
DOKUMA HAZIRGIYIM	1.855	1.985	2.127	2.253	2.465	32,9
DEĞİŞİM		7,0	7,2	5,9	9,4	
HAZIR EŞYA	3.685	3.906	3.760	3.804	3.956	7,3
DEĞİŞİM		6,0	-3,8	1,2	4,0	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	1.383	1.423	1.230	1.103	1.067	-22,8
DEĞİŞİM		2,9	-13,5	-10,4	-3,2	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	529,7	547,5	425,1	349,0	335,3	-36,7
DEĞİŞİM		3,4	-22,4	-17,9	-3,9	
DERİ VE KÜRK GİYİM	385,1	378,7	321,0	298,0	275,6	-28,4
DEĞİŞİM		-1,7	-15,2	-7,2	-7,5	
SARACİYE	358,4	363,4	366,6	346,9	356,4	-0,6
DEĞİŞİM		1,4	0,9	-5,4	2,7	
AYAKKABI	109,2	132,2	116,9	108,3	99,7	-8,7
DEĞİŞİM		21,1	-11,6	-7,3	-7,9	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Vietnam'ın Rekabet Analizi

Vietnam sektörlerimizde özellikle hazır giyim ve ayakkabı ürünlerinde önde gelen üretici ihracatçılardandır. Hazır giyimde üçüncü büyük ihracatçı olan Vietnam, ayakkabılarda da Çin'den sonra ikinci büyük ihracatçıdır.

Düşük fiyatlı üretiminin yanı sıra kaliteli üretim altyapısı da bulunmakta olup son dönemde istihdam maliyetlerindeki artış nedeniyle Bangladeş ve Kamboçya gibi ülkelere nazaran üretimde pahalı hale geldiği belirtilmektedir.

Devlet tarafından verilen teşviklerin ve desteğin büyük önem taşıdığı Vietnam'ın bu üretim gücünün Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) 2007 yılında üyeliği sonrası 2 kat arttığı ve 20 yıl içinde 4 kat daha artırılmasına yönelik stratejik hedefler olduğu belirtilmektedir.

Vietnam'ın dünya pazarlarında büyümesinde ABD ve Asya ülkeleri ile gerçekleştirdiği serbest ticaret anlaşmalarının da (STA) büyük rolü bulunmakta olup, AB ile imzalanan serbest ticaret anlaşması ise henüz yürürlüğe girmemiştir. AB ile STA'nın yürürlüğe girmesi durumunda Türkiye'yi etkilese de hızlı moda ve pazara erişim nedeniyle Türkiye'nin rakibi olamayacağı değerlendirilmektedir.

Vietnam 2017 yılında tüm dünyaya 5,3 milyar \$ değerinde tekstil; 46 milyon \$ değerinde halı; 28,3 milyar \$ değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ile 24,5 milyar \$ değerinde deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir.

Vietnam'ın 28,3 milyar \$ değerindeki hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatının yaklaşık yarısını 13,8 milyar \$'lık ihracat değeri ile dokuma hazır giyim ürünleri oluşturmaktadır. Ayrıca 2013-2017 yılları arasındaki deri ve deri mamulleri ihracatının değişimine bakıldığında zaman bu sektördeki ihracatın %63,6 oranında arttığı görülmektedir.

Tablo 221: Vietnam’ın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	3.621	4.115	4.519	4.935	5.344	47,6
DEĞİŞİM		13,6	9,8	9,2	8,3	
ELYAF	172,8	214,5	222,2	200,3	212,2	22,8
DEĞİŞİM		24,1	3,6	-9,9	6,0	
İPLİK	2.155	2.494	2.687	3.016	3.512	63,0
DEĞİŞİM		15,7	7,8	12,2	16,5	
DOKUMA KUMAŞ	361,5	394,3	392,9	375,6	372,5	3,0
DEĞİŞİM		9,0	-0,3	-4,4	-0,8	
ÖRME KUMAŞ	208,7	224,6	402,6	540,7	412,7	97,8
DEĞİŞİM		7,7	79,2	34,3	-23,7	
HALI (FASIL 57)	30,6	32,7	34,7	36,0	46,0	50,5
DEĞİŞİM		7,0	6,2	3,6	27,9	
EL HALISI	1,2	1,8	2,5	3,6	4,3	250,3
DEĞİŞİM		44,3	44,9	42,6	17,5	
MAKİNE HALISI	29,3	30,9	32,2	32,3	41,7	42,2
DEĞİŞİM		5,5	4,0	0,5	29,1	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	19.762	22.823	25.064	26.428	28.305	43,2
DEĞİŞİM		15,5	9,8	5,4	7,1	
ÖRME HAZIRGIYIM	8.682	9.805	11.178	12.013	13.050	50,3
DEĞİŞİM		12,9	14,0	7,5	8,6	
DOKUMA HAZIRGIYIM	10.066	11.842	12.661	13.126	13.848	37,6
DEĞİŞİM		17,7	6,9	3,7	5,5	
HAZIR EŞYA	1.014	1.176	1.225	1.288	1.408	38,8
DEĞİŞİM		16,0	4,2	5,1	9,2	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	14.982	18.399	20.863	22.905	24.517	63,6
DEĞİŞİM		22,8	13,4	9,8	7,0	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	391,8	452,7	542,1	419,9	403,5	3,0
DEĞİŞİM		15,5	19,7	-22,5	-3,9	
DERİ VE KÜRK GİYİM	43,8	71,8	69,5	64,7	69,7	59,1
DEĞİŞİM		64,0	-3,3	-6,8	7,7	
SARACİYE	2.306	2.908	3.388	3.771	3.929	70,4
DEĞİŞİM		26,1	16,5	11,3	4,2	
AYAKKABI	12.210	14.905	16.715	18.476	19.963	63,5
DEĞİŞİM		22,1	12,1	10,5	8,0	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Bangladeş'in Rekabet Analizi

Bangladeş hazırđıym, halı, ev tekstili gibi ürünlerde ucuz üretime dayalı rekabette önde gelen ülkelerdendir.

En az gelişmiş ülke (EAGÜ) statüsüyle birçok ülkede avantajlı pazara giriş imkanlarından yararlanan Bangladeş birçok uluslararası markanın da bu nedenle üretim üssü durumundadır.

Bu nedenle Bangladeş temel ürünlerde özellikle AB pazarında Türkiye'nin payını ele geçirmekte olup buna bağılı olarak Türkiye AB pazarında 2. büyük tedarikçi iken 3.lüğe gerilemiştir.

Bangladeş'in ileriki dönemde ucuz istihdam maliyetlerinin bir miktar artsa bile yine de avantaj sağlamaya devam edeceği ancak kaliteli üretim altyapısının bulunmadığı belirtilmektedir.

Öte yandan, Bangladeş hazırđıym ürünlerinde büyük üretici olmakla birlikte tekstil ve hammadde üretiminin yetersiz olması nedeniyle özellikle kumaş üreticisi tekstil firmalarımız açısından pazar potansiyeli taşımaktadır.

2017 yılında Bangladeş'in dört sektör içinde en yüksek ihracat rakamına ulaştığı sektör 35,2 milyar \$'lık ihracat değeri ile hazırđıym ve konfeksiyon sektörüdür. 2013 yılında 28,3 milyar \$ olan hazırđıym ve konfeksiyon ihracatı %24,4'lük artışla 35,2 milyar \$'a yükselmiştir.

Bununla birlikte Bangladeş'in tüm sektörlerde 2013-2017 yılları arasında %6 ile %149,4 arasında değışen oranlarda artış gerçekleştirdiğı de görölmektedir. Bu kapsamda, halı ihracatında yaşanan %149,4'lük ihracat artışı dikkat çekicidir.

Tablo 222: Bangladeş'in Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	780	759	774	890	827	6,0
DEĞİŞİM		-2,7	2,0	15,1	-7,1	
ELYAF	168	132	152	211	146	-13,0
DEĞİŞİM		-21,5	15,2	39,1	-30,8	
İPLİK	480	493	484	554	556	15,7
DEĞİŞİM		2,6	-1,8	14,4	0,4	
DOKUMA KUMAŞ	96	90	90	74	81	-15,9
DEĞİŞİM		-6,3	-0,5	-17,7	9,6	
ÖRME KUMAŞ	7	12	10	9	9	31,1
DEĞİŞİM		72,0	-10,0	-16,4	1,4	
HALI (FASIL 57)	13	23	32	34	33	149,4
DEĞİŞİM		71,3	41,6	7,7	-4,5	
EL HALISI	1,2	1,9	0,9	0,9	1,5	22,6
DEĞİŞİM		57,1	-49,9	-6,6	66,7	
MAKİNE HALISI	12,0	20,7	31,1	33,6	31,4	162,1
DEĞİŞİM		72,8	49,9	8,1	-6,4	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	28.264	30.714	32.279	34.602	35.164	24,4
DEĞİŞİM		8,7	5,1	7,2	1,6	
ÖRME HAZIRGIYIM	13.592	15.149	15.534	16.812	17.521	28,9
DEĞİŞİM		11,5	2,5	8,2	4,2	
DOKUMA HAZIRGIYIM	13.616	14.536	15.671	16.805	16.598	21,9
DEĞİŞİM		6,8	7,8	7,2	-1,2	
HAZIR EŞYA	1.055	1.029	1.074	986	1.044	-1,0
DEĞİŞİM		-2,5	4,4	-8,2	5,9	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	1.043	1.244	1.336	1.376	1.350	29,4
DEĞİŞİM		19,2	7,4	3,0	-1,9	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	407	429	312	215	144	-64,7
DEĞİŞİM		5,3	-27,3	-31,1	-33,1	
DERİ VE KÜRK GİYİM	0,5	1,0	0,7	0,9	1,3	143,9
DEĞİŞİM		85,7	-28,8	21,1	52,3	
SARACİYE	92	142	204	254	271	194,1
DEĞİŞİM		54,3	43,5	24,2	6,9	
AYAKKABI	543	671	819	906	933	71,8
DEĞİŞİM		23,5	22,0	10,7	3,0	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Kamboçya'nın Rekabet Analizi

Kamboçya da Vietnam gibi hazır giyim ve ayakkabı üretim ve ihracatı yoğun, ucuz üretime dayalı rekabet gücüne sahip bir ülke konumundadır. Bununla beraber ucuz üretimin yanı sıra kalite ve tasarım yönünden de belli bir oranda gelişme içindedir.

Kamboçya Bangladeş gibi, en az gelişmiş ülke avantajıyla (EAGÜ) ABD, Asya ve AB pazarlarında önemli pazara giriş avantajına sahiptir. Türkiye'nin rekabeti açısından Kamboçya en fazla ihracat yaptığı AB tarafından EAGÜ ülke statüsüyle sağlanan gümrük vergisiz giriş avantajı nedeniyle olumsuzluk yaratmaktadır.

Kamboçya'nın sektörel bazda ihracat durumuna bakıldığında 2016 yılında 51,9 milyon \$ değerinde tekstil ve hammaddeleri; 6,7 milyar \$ değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ile 1,1 milyar \$ değerinde deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir. Özellikle deri ve deri mamulleri ihracatında 2012-2016 yılları arasında gerçekleşmiş olan %287,5'lik artış oldukça önemlidir.

Tablo 223: Kamboçya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları²

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012-2016
<i>Birim: Milyon \$, %</i>							
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	23,1	41,1	24,0	42,6	51,9	-	124,3
DEĞİŞİM		77,8	-41,7	77,8	21,6	-	
İPLİK	0,3	0,3	0,6	0,5	0,9	-	186,6
DEĞİŞİM		-15,1	152,4	-14,8	57,0	-	
DOKUMA KUMAŞ	12,9	11,3	12,5	13,7	9,0	-	-30,5
DEĞİŞİM		-12,4	10,3	9,7	-34,5		
ÖRME KUMAŞ	7,7	26,5	8,3	20,6	31,3	-	307,0
DEĞİŞİM		244,6	-68,7	147,9	52,5	-	
HALI (FASIL 57)	0,1	0,1	0,0	0,3	0,1	-	28,1
DEĞİŞİM		42,2	-59,3	627,0	-69,5	-	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	4.029	4.859	5.359	6.003	6.748	-	67,5
DEĞİŞİM		20,6	10,3	12,0	12,4	-	
ÖRME HAZIRGIYIM	2.090	2.490	2.775	2.958	3.241	-	55,1
DEĞİŞİM		19,1	11,5	6,6	9,6	-	
DOKUMA HAZIRGIYIM	206,4	265,5	243,2	366,3	519,1	-	151,5
DEĞİŞİM		28,6	-8,4	50,6	41,7	-	
HAZIR EŞYA	23,2	52,4	38,8	86,1	120,6	-	420,6
DEĞİŞİM		126,2	-26,0	122,0	40,1	-	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	286,8	364,7	456,2	908,6	1.111	-	287,5
DEĞİŞİM		27,1	25,1	99,2	22,3	-	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	0,9	1,9	0,6	9,7	2,5	-	185,7
DEĞİŞİM		113,5	-70,0	1.629,9	-74,2	-	
SARACİYE	7,9	16,8	37,0	95,8	149,9	-	1.788,2
DEĞİŞİM		110,9	120,9	159,0	56,5	-	
AYAKKABI	278,0	346,1	418,6	637,0	781,8	-	181,2
DEĞİŞİM		24,5	21,0	52,2	22,7	-	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

² Kamboçya'nın 2017 yılı dış ticaret rakamları henüz açıklanmadığı için değişim oranı hesaplamasında 2012-2016 yılları kullanılmıştır.

Endonezya'nın Rekabet Analizi

Endonezya da hem tekstil ve konfeksiyon hem de deri sektöründe dünyada önemli üretici ihracatçı ülkelerdendir. Tekstilde iplikte önemli tedarikçiler arasında bulunmaktadır. Ancak artan üretim maliyetleri ve sektörde yatırımların diğer ülkelere göre yeteri hızla gerçekleşmemesi rekabette bu ülkeyi geride bırakmaktadır.

Endonezya 2017 yılında 4,3 milyar \$ değerinde tekstil ve hammaddeleri; 77 milyon \$ değerinde halı; 8,1 milyar \$ değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ile 5,5 milyar \$ değerinde deri ve deri mamulleri ihraç etmiştir.

Tablo 224: Endonezya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	4.894	4.991	4.646	4.308	4.313	-11,9
DEĞİŞİM		2,0	-6,9	-7,3	0,1	
ELYAF	564	570	527	479	535	-5,1
DEĞİŞİM		1,1	-7,6	-9,1	11,8	
İPLİK	2.424	2.497	2.337	2.219	2.350	-3,1
DEĞİŞİM		3,0	-6,4	-5,0	5,9	
DOKUMA KUMAŞ	1.435	1.431	1.278	1.125	958	-33,3
DEĞİŞİM		-0,3	-10,7	-12,0	-14,9	
ÖRME KUMAŞ	118	118	125	98	102	-13,7
DEĞİŞİM		-0,6	6,3	-21,3	3,8	
HALI (FASIL 57)	69	67	70	74	77	11,4
DEĞİŞİM		-2,5	3,7	6,0	3,9	
EL HALISI	0,8	0,8	1,5	1,4	1,1	35,9
DEĞİŞİM		0,0	82,4	-4,6	-21,9	
MAKİNE HALISI	68,4	66,6	68,4	72,7	76,0	11,1
DEĞİŞİM		-2,6	2,7	6,3	4,5	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	7.716	7.682	7.567	7.451	8.147	5,6
DEĞİŞİM		-0,4	-1,5	-1,5	9,3	
ÖRME HAZIRGIYIM	3.481	3.428	3.305	3.291	3.736	7,3
DEĞİŞİM		-1,5	-3,6	-0,4	13,5	
DOKUMA HAZIRGIYIM	3.903	3.931	3.978	3.880	4.146	6,2
DEĞİŞİM		0,7	1,2	-2,5	6,9	
HAZIR EŞYA	332	322	283	279	265	-20,3
DEĞİŞİM		-3,0	-12,1	-1,3	-5,3	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	4.341	4.566	4.945	5.101	5.458	25,7
DEĞİŞİM		5,2	8,3	3,2	7,0	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	140	134	113	101	85	-39,3
DEĞİŞİM		-4,3	-16,0	-10,1	-16,1	
DERİ VE KÜRK GİYİM	9,9	4,3	3,2	2,8	2,5	-74,4
DEĞİŞİM		-56,5	-25,7	-11,4	-10,6	
SARACİYE	329	319	322	357	459	39,2
DEĞİŞİM		-3,1	0,9	10,8	28,5	
AYAKKABI	3.860	4.108	4.507	4.640	4.912	27,2
DEĞİŞİM		6,4	9,7	2,9	5,9	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

Brezilya'nın Rekabet Analizi

Brezilya, ham deri kaynakları, deri ve tabaklama sektörünün varlığı ve ayakkabı üretim ve ihracatı açısından dünyanın önde gelen ülkelerindendir.

Özellikle deri ve deri ürünleri sektöründe rekabetçi olan Brezilya, son yıllarda özellikle tekstil alanında yatırımlarını arttırmıştır. Geniş bir iç piyasaya sahip olan Brezilya, 2013-2017 döneminde tekstil sektörü hariç diğer sektörlerde gerilemeler yaşamıştır. 2017 yılında Brezilya, 2,2 milyar \$'lık tekstil, 14,6 milyon \$'lık halı, 204 milyon \$'lık hazır giyim ve konfeksiyon ile 3,3 milyar \$'lık deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirmiştir.

Tablo 225: Brezilya'nın Ürün Grupları Bazında Hazırgiyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Halı İhracat Rakamları ve Değişim Oranları

DEĞER / DEĞİŞİM / PAY	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
<i>Birim: Milyon \$, %</i>						
TEKSTİL (FASIL 50-56 & 58-60)	2.126	2.322	2.184	2.022	2.153	1,3
DEĞİŞİM		9,2	-5,9	-7,4	6,5	
ELYAF	1.301	1.535	1.432	1.333	1.473	13,3
DEĞİŞİM		18,1	-6,7	-7,0	10,6	
İPLİK	139	138	133	145	134	-3,4
DEĞİŞİM		-0,9	-3,5	9,0	-7,4	
DOKUMA KUMAŞ	198	191	201	192	172	-13,0
DEĞİŞİM		-3,5	5,4	-4,5	-10,4	
ÖRME KUMAŞ	54	57	62	59	56	3,5
DEĞİŞİM		4,6	10,3	-6,2	-4,3	
HALI (FASIL 57)	18,0	13,8	10,4	12,5	14,6	-19,0
DEĞİŞİM		-23,7	-24,1	19,8	16,7	
EL HALISI	0,1	0,3	0,2	0,3	0,3	180,0
DEĞİŞİM		173,0	-35,0	48,5	6,3	
MAKİNE HALISI	17,9	13,4	10,2	12,2	14,3	-20,3
DEĞİŞİM		-25,0	-23,9	19,2	17,0	
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON (FASIL 61-63)	223	201	176	178	204	-8,5
DEĞİŞİM		-10,1	-12,1	0,9	14,9	
ÖRME HAZIRGIYIM	79	84	75	75	85	6,7
DEĞİŞİM		5,5	-10,8	0,0	13,4	
DOKUMA HAZIRGIYIM	70	62	53	48	55	-22,4
DEĞİŞİM		-12,6	-14,1	-9,4	14,0	
HAZIR EŞYA	73	55	49	55	65	-11,4
DEĞİŞİM		-24,7	-12,0	13,6	17,6	
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ (FASIL 41-43&64)	3.870	4.287	3.487	3.313	3.285	-15,1
DEĞİŞİM		10,8	-18,7	-5,0	-0,9	
HAM-İŞLENMİŞ DERİ VE KÜRK	2.511	2.948	2.265	2.033	1.900	-24,3
DEĞİŞİM		17,4	-23,2	-10,3	-6,5	
DERİ VE KÜRK GİYİM	3,2	2,6	3,2	2,9	2,6	-18,0
DEĞİŞİM		-19,7	23,3	-10,5	-7,5	
SARACİYE	56	59	70	76	65	14,6
DEĞİŞİM		4,4	19,2	8,0	-14,7	
AYAKKABI	1.263	1.238	1.114	1.165	1.278	1,2
DEĞİŞİM		-2,0	-10,0	4,5	9,7	

Kaynak: ITC TradeMap, 2018

2.1.7. Uluslararası Yüklölölükler

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin uluslararası yüklölölükleri incelendiğinde, uluslararası standartlar ve kurumsal sosyal sorumluluk konularının zorunlu olmamakla birlikte sektörlerin rakipleri arasında farklılaşması ve alıcıların hatta tüketicilerin bu konudaki talepleri nedeniyle zorunluluk gerektiren konular olarak öne çıkmaktadır.

Özellikle hazırgiyim ve konfeksiyon sektörleri ile pamuktan başlayarak tekstil sektörünün tüm değeri zincirinde, aynı zamanda deri sektöründe, alıcılar farklı sertifikalandırma ve standart sistemleri ile üretici firmalar üzerinde çeşitli uluslararası yüklölölükler oluşturmaktadırlar. Bu sistemler alıcı bazında ve alıcının yerleşik olduğu ülke bazında farklılık ve çeşitlik göstermektedir.

Farklı ülkelerdeki farklı alıcılara yönelik birden çok standart olmasının maliyeti yüksek olup, bu maliyetler tüketici ve alıcı üzerine kısmen yüklenirken, çoğunlukla üretici üzerine yüklenmektedir. Bu durum karşısında OECD tarafından yürütölen standartların birleştirilmesi ve harmonize edilmesine yönelik çalışmalara sektörlerimiz katılım sağlayarak katkıda bulunmuşlardır.

Gelecek dönemde uluslararası standart sistemlerinin önemini arttırması ve dönüşüm göstermesi beklenmektedir. Önceden üreticilerin üretim ortamının iyileştirilmesi odaklı olarak yürütölen bu çalışmalar, halen çevrenin korunması, insan ve bitki sağlığı gibi çok çeşitli alanları da kapsayarak genişlemekte ve bir alanda zorunlu olmayan, fakat zorunluluklar getiren bir hukuk alanı işlevselliğini kazanmaktadır.

Bu çerçevede uluslararası yüklölölükler açısından sektörlerin uygulamadaki katkılarının üst düzeyde tutulması ve uluslararası yüklölölüklerin daha az maliyetli ve konsolide olmasına ihtiyaç vardır. Ayrıca zorunlu olmayan fakat zorunluluklar getiren bir yan hukuk alanı olması nedeniyle hem maliyetlerin paylaşılması hem de uygulamadaki güçlüklerin tespiti ve çözüme ulaştırılması anlamında daha kapsamlı bir yönetim yaklaşımına ihtiyaç duyulmaktadır.

2.2. Türkiye’de Genel Durum

2.2.1. Onuncu Kalkınma Planı Değerlendirilmesi

2014-2018 dönemine yönelik Onuncu Kalkınma Planı döneminde hem dünya ekonomisi ve ticaretinde hem de üretim süreçleri ve teknolojiye değişim ve dönüşüm belirginlik kazanmıştır.

Dünya ekonomisi bu dönemde, 2008 finansal kriz sonrası parasal genişlemenin geri çekilmesi, Amerikan başkanlık seçimlerinin yarattığı beklenti ve belirsizlik, İngiltere-AB Brexit süreci, Çin’in büyüme trendinin düşmesi gibi belirsizlik ve dengesizlik yaratan etkiler altında kalmıştır.

Benzer şekilde, Rusya ile AB ilişkilerindeki gerginlik ve yaptırımlar, Rusya-Türkiye uçak krizi, Ortadoğu bölgesinde siyasi istikrarsızlıklar gibi jeopolitik riskler de bu dönemde etkili olan gelişmeler olmuştur.

Dünya ticareti de bu etkiler nedeniyle 2014 yılında en tepe noktaya ulaşırken takip eden dönemde daralma eğilimine girmiştir.

Bu dönemde, sektörlerimiz açısından en büyük pazar konumundaki AB ülkelerindeki seçimler süreci, bu ülke ekonomilerindeki daralma ve AB-TR ilişkilerinde yaşanan kopukluklar ve buna bağlı olarak Gümrük Birliği ve AB üyelik müzakere sürecindeki aksaklıklar bu pazara ihracatımızı olumsuz etkilemiştir.

Bu durum özellikle, ihracatının %70’inden fazlasını AB’ne gerçekleştiren hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün performansı üzerinde etkili olmuştur.

Bölge ülkelerinde ve komşu ülkelerde yaşanan siyasi belirsizlikler ise tekstil ile deri ve deri mamulleri sektörlerinin ihracatı üzerinde olumsuz etki yaratarak bu sektörlerimizi başta AB ülkeleri olmak üzere yeni pazar arayışına yöneltmiştir. Ancak AB ülkelerinin nispeten daralan pazarı, ihracatımızda istenilen etkinin sınırlı kalmasına yol açmıştır.

Öte yandan, bölgesel istikrarsızlığa bağlı olarak ülkemizde Suriyeli mültecilerin önemli bir yoğunluğa ulaşması bir diğer konu olarak gündemde kalmıştır. Bu yabancıların çalıştırılması ve eğitimi bir taraftan ekonomiye yük yaratırken, çalışma hayatı açısından da iş gücü girdisi sağlamasına karşın, uluslararası alıcılar tarafından mevzuata uygun çalıştırılıp çalıştırılmadığı hususunda tereddütler oluşmuştur. Bu nedenle kurumsal sosyal

sorumluluk standartlarına uygunluk bu dönemde en fazla üzerinde durulan konulardan olmuştur.

Firmalar açısından ise, teknolojiadaki gelişmelere bağlı olarak tasarımdan üretime, pazarlamadan perakendeye her alanda dijitalleşme, otomasyon ve sanayi 4.0'ın etkileri görülmeye başlanmıştır.

Bununla birlikte hem dünya ekonomisinin ve ticaretinin daralması hem de birçok alanda istikrarsızlık ve değişimin olduğu bu dönemde hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörleri, ülke ekonomisindeki azalan payına rağmen güçlü konumunu korurken uluslararası alanda rekabetçi konumlarını sürdürmeyi büyük ölçüde başarmıştır.

2.2.2. Hedeflere Ulaşılmasının Önündeki Başlıca Sorunlar

Dünyada gerek ekonomi ve gerekse teknoloji ile diğer sektörlerde yaşanan gelişime bağlı olarak, ayrıca üretim, ticaret ve tanıtım stratejilerinin küresel dönüşüm sürecine uygun olarak etkili bir şekilde belirlenebilmesi için, sektörlerimizin güçlü ve zayıf yönlerinin doğru tespit edilmesi ile fırsatlar ve tehditlerin doğru değerlendirilmesi ve bu çerçevede izlenmesi gereken politikalar ve alınması gereken önlemlere yönelik girişimde bulunulması önemlidir.

Bu süreç, bir taraftan mevcut yatırımları sürdürülebilir kılmak, diğer taraftan katma değeri yüksek ürün üretebilme ve ihraç edebilme kabiliyetini arttırarak küresel üretim ve değer zincirinde daha üst seviyelere gelmek açısından değer taşımaktadır.

Onuncu Kalkınma Planı Raporu Hazır giyim ve Konfeksiyon, Tekstil, Deri ve Deri Mamulleri ile Halı Çalışma Grubu tarafından sektörlerin öne çıkan sorunları ve bu sorunlara uygun görülen çözüm önerileri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

Bu çerçevede, sanayi temsilcilerinin, ilgili kurum ve kuruluşların katılımlarıyla aşağıda başlıklar halinde belirtilen sorun alanlarında ve çözüm önerileri dahilinde eylem planlarının hazırlanması ve hedeflerin gerçekleşmesine yönelik somut çalışmaların yapılması önümüzdeki kalkınma planı dönemi için önem taşımaktadır.

Mevzuattan Kaynaklanan Sorunlar

Teknoloji ve Yatırım-Üretim Teşvikleri

Devlet teşviklerinin hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde nasıl kullanıldığına ve sektörel rekabetçilik üzerinde nasıl bir etki yarattığına dair bir etki analizi çalışması yapılarak, sektörlerin mevcut sorunlarına yönelik revizyon ihtiyacının tespit edilmesi önemlidir. Bu çerçevede, sektörlerin gündeme getirdiği aşağıdaki sorun alanlarından söz edilebilir:

- Teşvik kapsamının sektörel ihtiyaca göre belirlenmemesi
- Yatırım teşviklerinde devamlılık
- KOBİ'lerin teşviklere erişimdeki sıkıntıları
- Mevcut Yatırımların Modernizasyonunun Bulunduğu Yerde Desteklenmesi
İhtiyacı, Türkiye’de Tekstil Makinası Üretimi Konusunun Değerlendirilmesi
- Teknoloji, otomasyon, sanayi 4.0 ve dijitalleşme alanında devlet teşviklerinin yoğunlaştırılması ve devletin bu konuda öncü olması ihtiyacı
- Tekstil terbiye teknolojisinin geliştirilmesi
- Sektörün rekabetçiliğinin Ar-Ge Odaklı Geliştirme İhtiyacı, Ar-Ge Destekleri ve Ar-Ge Merkezleri ile İlgili Sorunlar
- Teknoyatırım desteklerinde ARGE tanımının sektörlerimizi kapsamaması
- Teknik tekstil ürünlerinin geliştirilmesi amacıyla özel elyaf ve iplik yatırımları rüzgar enerjisi gibi stratejik olarak desteklenmesi ihtiyacı, suni sentetik iplik ve elyaf yatırımlarının desteklenmesi
- Yatırım Teşviklerinin Sadece Yeni Makine İle Yapılan Yatırımlara Verilmesi
- İşletmeleri büyümeye sevk edecek özel teşviklerin olmaması

Kurumsal Yapılanmadan Kaynaklanan Sorunlar

Üretim ve Rekabet Koşulları-Ekonomi Politikaları

Hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerimizin üretim koşullarını iyileştirmeye yönelik ve sektörel kalkınmaya yönelik daha odaklı ekonomi politikalarının belirlenerek uygulanması sektörlerimizin küresel rekabetçiliğine doğrudan katkıda bulunacaktır. Bu çerçevede, aşağıdaki sorun alanlarından söz edilebilir:

- Ekonomi politikalarının yeterince üretim odaklı olmaması
- Organizasyon altyapısının sektör bazında güçlendirilmesi
- Sektörde güvensizlik ve moral bozukluğu
- Moda tasarımı alanındaki yetersizlikler

Deri Sektörünün yapısal sorunları / Sektörel Kümelenme

Deri ve deri mamulleri sektörünün karşılaştığı çeşitli altyapı sorunlarının çözümü, bu sektörümüzün küresel rekabetçiliğini geliştirmesinde önemli rol oynayacaktır. Dolayısıyla aşağıdaki sorun alanlarının çözümüne yönelik alınacak tedbirler önem kazanmaktadır:

- Deri Sektöründe Üretim Yerlerinin Yetersizliği, Yatırım Teşviklerinin Sektöre Uygun Olmaması ve Kümelenme
- Deri ve Özellikle Ayakkabı Sektöründe Ölçek Sorunu ve Endüstriyel Üretim
- Ham Derinin İşlenmeden İhraç Edilmesinin Önlenmesi
- Ham Deri Temininde Kalite Sorunu

İnsan Kaynaklarından Kaynaklanan Sorunlar

İşgücüne Yönelik Koşullar

Emek-yoğun sektörler olan hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde işgücü koşullarına yönelik çeşitli sorunlar yaşanabilmektedir. İşgücü koşulları, küresel tedarik zincirinde alıcılar tarafından da takip edilen ve çeşitli kriterlerle düzenlenmek istenen bir alan olması nedeniyle önemlidir.

Bu çerçevede, işgücüne yönelik koşullar açısından mevcut sorun alanları aşağıda sıralanmaktadır:

- Esnek Çalışma Koşullarının Olmaması
- Kayıt Dışılık ve Buna Bağlı Haksız Rekabet

Nitelikli İşgücü Eksikliği

Hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin rekabetçi olmasında, yine emek-yoğun sektörler olması nedeniyle işgücünün nitelikli olması önem taşımaktadır. Bu alanda, aşağıdaki sorun alanları ortaya çıkmaktadır:

- Eğitim / Yetiştirilmiş İnsan Gücü / Nitelikli eleman sıkıntısı
- İşgücü Bulmada Yaşanan Sorunlar
- Sektöre Öğrencilerin İlgisinin Yetersizliği
- Sanayi-Üniversite İşbirliğinin Gelişmemiş Olması

Sektörel Eğitim Kurumlarının Eksikliği

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde nitelikli işgücü alanında karşılaşılan sıkıntıların bir nedeni de sektörel eğitim kurumlarının eksikliği olarak gösterilebilir. Bu açıdan, aşağıdaki sorun alanlarından söz edilebilir:

- Nitelikli Eğitim Kurumları Eksikliği

Altyapıdan Kaynaklanan Sorunlar

Üretim maliyetleri

Sektörlerin sorunlarının başında üretim maliyetlerindeki artış gelmektedir. Son yıllarda ülkemizde artan refah ve hayat standardının yükselmesine bağlı olarak asgari ücret düzeylerinde de aşağıdaki tabloda görüleceği üzere önemli artışlar kaydedilmiştir.

Tablo 226: İhracatçı Açısında Asgari Ücretin Euro ve Dolar Karşısındaki Gelişimi

YIL	BRÜT ASGARI ÜCRET TL (YIL LIK ORTALAMA)	ASGARI ÜCRET ARTIŞ %	EURO/TL KURU	DOLAR/TL KURU	EURO KUR DEĞİŞİM %	DOLAR KUR DEĞİŞİM %	BRÜT ASGARI ÜCRET EURO	BRÜT ASGARI ÜCRET DOLAR	ASGARI ÜCRETİN İŞ VERENE MALİYETİ TL	ASGARI ÜCRETİN İŞVERENE MALİYETİ EURO	ASGARI ÜCRETİN İŞ VERENE MALİYETİ DOLAR
2009	666 ₺		2,10	1,55			317 €	428 \$	809 ₺	385 €	521 \$
2010	729 ₺	9,46	2,07	1,51	-1,43	-3,02	352 €	484 \$	886 ₺	428 €	588 \$
2011	796 ₺	9,19	2,17	1,68	4,83	11,31	367 €	474 \$	968 ₺	446 €	577 \$
2012	886 ₺	11,31	2,33	1,80	7,37	7,33	380 €	492 \$	1.077 ₺	462 €	598 \$
2013	978 ₺	10,38	2,38	1,91	2,15	5,79	411 €	513 \$	1.140 ₺	479 €	598 \$
2014	1.071 ₺	9,51	2,98	2,19	25,21	15,03	359 €	489 \$	1.258 ₺	422 €	574 \$
2015	1.201 ₺	12,14	3,05	2,72	2,35	24,32	394 €	441 \$	1.412 ₺	463 €	518 \$
2016	1.647 ₺	37,14	3,25	2,96	6,56	8,80	507 €	556 \$	1.935 ₺	595 €	653 \$
2017	1.777 ₺	7,89	4,03	3,58	24,00	20,75	441 €	496 \$	2.088 ₺	518 €	583 \$

(*) 2017 için Döviz Kuru Ocak-Eylül ortalamasıdır.

Üretim maliyetlerindeki artışa bağlı olarak üretici ülkelerdeki istihdam maliyetleriyle karşılaştırıldığında Türkiye birçok AB ülkesinden bile pahalı duruma gelmiştir.

Bu da ülkemizdeki üretici firmaları rekabette geri bırakırken, birçok firmamız çevre ve bölge ülkelerinde yatırım olanaklarını araştırmaya başlamış, üretim bu bölgelere kaymaya başlamıştır.

Tablo 227: Orta Doğu ve Avrupa Ülkeleri Asgari Ücret Seviyeleri

ÜLKELER	OCAK 2018
Birim: Euro	
YUNANİSTAN	684
PORTEKİZ	676
TÜRKİYE	510
POLONYA	502
SLOVAKYA	480
ÇEK CUMHURİYETİ	478
HIRVATİSTAN	462
MACARİSTAN	444
ROMANYA	408
SIRBİSTAN	285
BULGARİSTAN	261
MAKEDONYA	240
ARNAVUTLUK	181

Üretim maliyetleri açısından mevcut sorun alanları aşağıda sıralanmaktadır:

- Yüksek Üretim Maliyetleri
- Yüksek İşgücü Maliyetleri

Hammadde Üretimi ve Maliyeti

Hammaddenin uygun fiyatla temini küresel ticarete entegre olan hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerimiz için hayati önem taşımaktadır. Bu çerçevede, aşağıdaki sorun alanlarının çözümüne yönelik çalışmalar yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

- Hammadde temininde yaşanan sorunlar
- Hammadde ithalatında alınan vergi yükünün çok fazla olması

- Pamuk ipliği sektörünün rekabet sorunları ve ithalata yönelik korunma önlemi talebi
- Teknik tekstile yönelik teknik özelliklere sahip elyaf iplik ve iplik yatırımlarının yetersiz olması
- GDO'suz pamuk üretimi ve tanıtımının desteklenme ihtiyacı
- Sürdürülebilirlik açısından geri dönüşüm konusunda stratejiler oluşturulması ve bu alanda teşvik ve mevzuat düzenlemesi ihtiyacı

E-Ticaret Uygulama ve Düzenlemeleri

Küresel ticarete e-ticaret ve online pazarlama uygulamalarının giderek artmasına karşın, ülkemizde bu alanda yapılan çalışmalar yetersiz kalmaktadır. Bu çerçevede, her geçen gün artan küresel rekabette geri kalmamak açısından bu alanda hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerimiz için gerek uygulama gerekse mevzuat anlamında çalışmalar yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

- E-ticaret uygulama ve düzenlemelerinin yetersiz olması
- E-ticarete lojistik alanının iyileştirilmesi

Halkla İlişkilerden Kaynaklanan Sorunlar

Dış İlişkiler ve Yeni Pazarlar

Son yıllarda artan küresel siyasi ve ekonomik krizler ve belirsizlikler, ayrıca artan korumacılık eğilimleri ve liberal politikalardan vazgeçiş, hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde küresel rekabetçiliğin önündeki en büyük engellerden biri olarak gözükmektedir.

Söz konusu rekabet zorluklarını aşmak amacıyla ARGE, ÜRGE, tasarım, moda ve marka odaklı çalışma biçimi geliştirilmesi zorunluluğu vardır. Ancak, firmaların sermaye yapıları ve finansman sorunları bu alanda yeterince mesafe kat edilemediğini göstermektedir.

Uluslararası pazarlardaki daralmalar, en büyük pazarımız AB'nin sanayi ve ticaret stratejileri, ikili ilişkilerdeki tikanıklıklar, bölgemizdeki siyasi istikrarsızlıklar nedeniyle alıcıların ülkemize gelmekte tereddüt etmesi gibi faktörler sonucunda firmaların hareket kabiliyeti azalmakta ve bu alanlarda yeterince yatırım yapılamamaktadır.

Sektörlerimizin dış ilişkiler ve yeni pazarlar alanında aşağıda gündeme getirdiği sorun alanlarına yönelik çözümler önem taşımaktadır:

- Artan küresel belirsizliklerin rekabet ortamını zorlaştırması
- Dış Politikada Dış Ticaret İlişkilerindeki Dengelerin Gözetilmesi
- AB ticaret politikalarının sektörlerimize olumsuz etkisi
- Artan fiyat bazlı rekabetin olumsuz etkileri
- Alıcıların güven sorunu ve Türkiye imajı
- AB'nin STA imzaladığı ülkelerle ticari ilişkilerimizin STA imzalayacak düzeyde olmaması
- AB pazarına bağımlılık
- Türkiye menşeli ürün algısına yönelik çalışmaların olmayışı

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerimiz tarafından benimsenmesi, alıcıların bu yöndeki kararlı talepleri nedeniyle artık bir tercih konusundan ziyade zorunluluk haline gelmiştir. Bu çerçevede, kurumsal sosyal sorumluluk alanında gerek uygulama gerekse mevzuat anlamında çalışmalar yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

- KSS uygulamaları ve standardizasyonun sektörlerin geneline yayılması
- Çevreye duyarlı ve yeşil üretimin Türkiye'de yapıldığının bilinir hale gelmesi ve çevreci üretimlerin desteklenmesi

Diğer Sorunlar

Hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerimiz tarafından dile getirilen diğer sorun alanları aşağıda sıralanmaktadır:

- Taklit ve korsan ürün ile mücadele
- Bakanlıkların farklı düzenlemeler getirmesi ve kurumlar arası iletişim eksikliği
- Kültürel ürünlere yatırım yapılmaması
- Türkiye'den alım yapan perakendecilere yönelik özel uygulamaların getirilmesi yoluyla ihracatın artırılması ihtiyacı

2.2.3. Uluslararası Mukayeseli Olarak Türkiye için Temel Göstergeler ve Uluslararası Konum

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil ile deri ve deri mamulleri sektörlerinde küresel çapta gelişim eğilimlerini ve ülkemizdeki durumunu tespit ederek bu eğilimlerin ülkemizdeki yansımalarını ve alınacak tedbirleri ortaya koymak, sektörlerimizin gelecek dönemde rekabet edebilirliğinin devam etmesi açısından önemlidir.

Bu çerçevede, Türkiye’de ve dünyada gelişim eğilimleri aşağıdaki başlıklarda incelenmektedir:

- Sektörlerin AR-Ge ve Yatırım Eğilimleri
- Sektörlerin Hammadde ve Üretim Eğilimi
- Yeni lifler, malzemeler ve mevcut hammaddelerde talebe yönelik eğilimler

Sektörlerin Ar-Ge ve Yatırım Eğilimleri

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil ile deri ürünleri sektörlerinde ARGE harcamaları, halen sınırlı düzeydedir. Ancak bu sektörlerde ARGE’den ziyade Ürün Geliştirme olarak ifade edilen ÜRGE çalışmalarının daha fazla yapıldığı dikkate alındığında ve bu çalışmaların TÜİK tarafından açıklanan ARGE Harcamalarına dahil edilmediğini hesaba katarsak bu sektörlerdeki inovasyon ve yeni ürün geliştirmeye yönelik çalışmaların daha yüksek olduğunu ifade edebiliriz.

Tablo 228: Ekonomik Faaliyet ve Harcama Grubuna Göre Ticari Kesim AR-GE Harcaması – 2016

SEKTÖRLER	Toplam TL	Pay %
Tekstil Ürünlerinin İmalatı	145.913.314	1,1%
Giyim Eşyalarının İmalatı	33.996.235	0,3%
Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	4.241.529	0,0%
Toplam Tekstil, Giyim Eşyası ve Deri Ürünleri	184.151.078	1,4%
İmalat Sanayi	7.651.096.266	57,3%
Toplam	13.359.011.600	100
Not: Ekonomik faaliyetlerin istatistiki sınıflaması, NACE Rev.2’ye göre yapılmıştır.		

Kaynak: TÜİK

Tekstil, hazırgiyim ve konfeksiyon ile deri ürünleri sektörlerinde yatırım teşvik belgeleri ile yapılan yatırımlara bakıldığında, 2015 ve 2016 yıllarında özellikle ihracat pazarlarında yaşanan daralmaya bağlı olarak yatırım teşvik belgeleri sayısı ve yatırım

tutarlarında azalma yaşandığı, ancak 2016 yılıyla birlikte artış eğilimi kaydedildiği görülmektedir.

Yatırım teşvik sisteminin tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon ile deri ürünleri sektörlerinde daha etkili kullanılmasını temin etmek amacıyla sistemin daha esnek hale getirilmesine ve tesislerin taşınması, kullanılmış makine gibi çeşitli konularda kapsamının genişletilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Tablo 229: Yıllar itibariyle Tekstil ve Hazır giyim Sektörleri Yatırım Teşvik Belgeleri

Yıl	Belge sayısı	Yatırım Tutarı (Milyon TL)	İstihdam
2012	617	4.247	29.604
2013	691	6.172	39.538
2014	463	4.068	25.974
2015	335	2.340	21.432
2016	406	3.931	26.381
2017	631	8.459	40.554
Toplam	3.143	29.217	183.483

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

2017 yılı itibariyle hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil sektörlerinde toplam 631 adet yatırım teşvik belgesi ile yatırım değeri yaklaşık 8,5 milyar TL değerinde gerçekleşmiş olup, bu yatırım sayesinde 183.483 kişiye istihdam sağlanmıştır.

Tablo 230: Yıllar itibariyle Deri Sektörü Yatırım Teşvik Belgeleri

Yıl	Belge sayısı	Yatırım Tutarı (Milyon TL)	İstihdam
2012	29	71	847
2013	31	90	1.444
2014	30	70	1.457
2015	20	127	972
2016	18	102	1.210
2017	31	195	1.562
Toplam	159	655	7.492

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

2017 yılı itibariyle deri ve deri mamulleri sektöründe ise toplam 31 adet yatırım teşvik belgesi ile yatırım değeri 195 milyon TL değerinde gerçekleşmiş olup, bu yatırım sayesinde 1.562 kişiye istihdam sağlanmıştır. Alt sektörler bazında 2017 yılına ait yatırım teşvik belgesi ile yatırımlar incelendiğinde, iplik ve kumaş yatırımlarının yatırım değeri

olarak öne çıktığı, öte yandan bu yatırımlar sayesinde yaratılan istihdamın yaklaşık %80'inin ise hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne ait olduğu görülmektedir.

Tablo 231: Alt Sektörler Bazında Yatırım Teşvik Belgeleri ve Yatırımlar

Sektör	Sabit Yatırım (Milyon TL)	Pay	İstihdam	Pay
Toplam	8.638	100%	42.276	100%
İplik	3.305	38,3%	2.254	5,3%
Kumaş	1.659	19,2%	1.696	4,0%
Tekstil Terbiye	1.140	13,2%	1.667	3,9%
Hazır giyim ve Konfeksiyon	880	10,2%	31.822	75,3%
Halı	781	9,0%	1.129	2,7%
Teknik Tekstil	204	2,4%	1.127	2,7%
Deri ve Deri Mamulleri	195	2,3%	1.562	3,7%
Elyaf	191	2,2%	42	0,1%
Ev Tekstili	168	1,9%	650	1,5%
Diğer Tekstil	115	1,3%	327	0,8%

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

Hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil ile deri ürünleri sektörlerinde makine ithalatı 2016 yılında yaklaşık 1,5 milyar ABD Doları değerinde kaydedilmiştir. Sektörlerin ihracat ve üretim koşullarındaki gelişmeler, makineye olan talebi etkilemektedir. Dolayısıyla son iki yılda makine ithalatındaki gerileme, üretimde yaşanan gerileme ile orantılı bir gelişmedir.

Ürün grupları bazında toplam tekstil makineleri ithalatının en önemli kısmını 2016 yılında örgü tezgâhları oluştururken, en fazla göze çarpan artış ev tipi dikiş makinelerinde kaydedilmiştir.

Tablo 232: Türkiye Tekstil, Konfeksiyon ve Deri Makineleri İthalatı

TÜRKİYE TEKSTİL, KONFEKSİYON VE DERİ MAKİNELERİ İTHALATI (MİLYON DOLAR)									
GTİP	TANIM	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	DEĞİŞİM %
8444	DOKUMA MADDELERİNDEN LİF İMAL EDEN,DOKUYAN,KESEN MAKİNALAR	59	110	132	69	98	91	90	-1,4
844520	DOKUMAYA ELVERİŞLİ LİFLERİ EĞİRMeye MAHSUS MAKİNALAR	226	143	205	272	108	101	125	23,4
844511, 844512, 844513, 844519, 844530, 844540, 844590	LİFLERİ İPLİK ÜRETİME HAZIRLAYAN DİĞER MAKİNALAR	308	189	314	347	159	175	208	18,9
8446	DOKUMA TEZGAHLARI (MAKİNALARI)	278	413	443	321	150	206	244	18,8
8447	ÖRGÜ TEZGAHLARI, GİPÜR, TUL, DANTELA, FİLE İMALİ MAKİNA, CİHAZLARI	337	328	398	376	236	257	274	6,8
8448	YARDIMCI TEKSTİL MAKİNA,CİHAZLARI VE AKSAM-PARÇALAR	187	182	202	211	165	171	160	-6,4
8449	KEÇE,DOKUSUZ MENSUCAT İMALİNE, FİNİSAJİNE MAHSUS MAKİNALAR	76	39	45	26	126	32	28	-14,1
8450	ÇAMAŞIR YIKAMA MAKİNALARI	202	178	182	175	146	123	123	-0,6
8451	DOKUMA MADDELERİNİ YIKAMA, KURUTMA, ÜTÜLEME MAKİNA VE CİHAZLARI	211	263	249	242	196	197	202	2,4
84521011, 84521019	EV TİPİ DİKİŞ MAKİNALARI	0	1	3	1	1	12	11	-1,9
845221	OTOMATİK ÜNİTELİ DİKİŞ MAKİNALARI	9	15	25	21	20	24	26	5,8
84521090, 845229	DİĞER DİKİŞ MAKİNALARI	99	113	88	81	57	55	60	9,6
845230, 845240, 845290	DİKİŞ MAKİNALARI İĞNELERİ, MOBİLYALARI, DİĞER AKSAM-PARÇALARI	24	24	22	23	19	17	19	10,3
8453	POST, DERİ, KÖSELE HAZIRLANMASI, İŞLENMESİ, İMALİ MAKİNALARI	30	30	31	24	22	20	16	-19,1
TOPLAM		2.046	2.027	2.341	2.189	1.502	1.482	1.586	7,1

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

Uluslararası Tekstil Sanayicileri Federasyonu (ITMF) tarafından yayınlanan Uluslararası Tekstil Makineleri Sevkiyat İstatistiklerine göre, 2016 yılında da Asya ülkelerinin en büyük yatırımcılar olarak öne çıktığı, ancak Türkiye'nin de bu alanda önemli bir yatırım yaparak tekstil makineleri kapasitesini arttırdığı görülmektedir.

2016 yılında dünya iplik makineleri ithalatı ülkeler itibariyle incelendiğinde, kısa elyaf iğlerde en büyük yatırımı 3.620.724 adet iğ ile Çin'in yaptığı (dünya toplam sevkiyatının %46'sı) ve Çin'i 1.891.776 adet iğ ile Hindistan'ın, 764.096 iğ ile Bangladeş'in takip ettiği görülmektedir. Türkiye ise 263.420 adet iğ ile beşinci sırada yer almaktadır.

Tablo 233: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da İplik Makineleri Sevkiyatı – Kısa Elyaf İğ

Başlıca Ülkeler	Kısa Elyaf İğ sayısı	Toplamda Pay
Çin	3.620.724	45,9%
Hindistan	1.891.776	24,0%
Bangladeş	764.096	9,7%
Vietnam	408.108	5,2%
Türkiye	263.420	3,3%
Pakistan	234.672	3,0%
Endonezya	164.256	2,1%
Özbekistan	130.908	1,7%
Cezayir	79.968	1,0%
Brezilya	52.240	0,7%
DÜNYA TOPLAM	7.882.352	100%

Kaynak: ITMF verileri

Uzun elyaf iğlerde 2016 yılında en büyük yatırımı 27.768 adet iğ ile Türkiye gerçekleştirmiştir. Çin 17.312 adet iğ ile ikinci sıradadır.

Tablo 234: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da İplik Makineleri Sevkiyatı – Uzun Elyaf İğ

Başlıca Ülkeler	Uzun Elyaf İğ Sayısı	Toplamda Pay
Türkiye	27.768	24,5%
Çin	17.312	15,2%
Endonezya	14.400	12,7%
İtalya	13.356	11,8%
İran	10.800	9,5%
Çek Cumhuriyeti	10.608	9,3%
Polonya	7.044	6,2%
Romanya	5.040	4,4%
İspanya	1.920	1,7%
DÜNYA TOPLAM	113.540	100%

Kaynak: ITMF verileri

Open-end rotorlarda ise Çin 470.490 rotor ile en büyük yatırımcıdır (dünya toplamının %74,2'si). Hindistan 54.134 adet rotor ile ikinci ve Türkiye 21.978 adet rotor ile üçüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 235: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da İplik Makineleri Sevkiyatı – O-E Rotor

Başlıca Ülkeler	O-E Rotor Sayısı	Toplamda Pay
Çin	470.490	74,2%
Hindistan	54.134	8,5%
Türkiye	21.978	3,5%
Vietnam	16.420	2,6%
Pakistan	9.378	1,5%
Tayland	8.754	1,4%
Bangladeş	7.334	1,2%
Özbekistan	6.452	1,0%
Endonezya	5.784	0,9%
ABD	4.800	0,8%
DÜNYA TOPLAM	634.062	100%

Kaynak: ITMF verileri

Tablo 236: Ülke ve Bölge Bazında İplik Makineleri Kapasitesi

Birim: 1.000	KURULU KAPASİTE-2015			2007-2016 ARASI SATILAN MAKİNA TOPLAMI				2016 YILINDA SATILAN MAKİNE MİKTARI			
ÜLKELER	OPEN END ROTOR	SPINDLESS		OPEN END ROTOR	SPINDLESS		TOPLAM	OPEN END ROTOR	SPINDLESS		TOPLAM
		UZUN ELYAF	KISA ELYAF		UZUN ELYAF	KISA ELYAF			UZUN ELYAF	KISA ELYAF	
AFRİKA	173	96	5.095	35	5	770	776	5	0	93	93
KUZEY AMERİKA	451	908	5.713	192	4	865	869	9	0	80	80
G.AMERİKA	548	501	9.162	184	44	752	796	6	1	71	72
ASYA	5.048	473	218.035	3.406	502	97.880	98.382	583	44	7.349	7.393
D.AVRUPA	1.404	1.291	3.663	44	110	92	202	2	25	8	32
TÜRKİYE	785	0	7.700	332	285	3.696	3.981	22	28	263	291
B.AVRUPA	157	3.802	1.407	64	92	154	246	7	16	17	33
DÜNYA TOPLAM	8.566	7.071	2.250.775	4.256	1.043	104.210	105.253	634	114	7.882	7.996
ÇİN	2.750	0	110.000	2.670	305	55.467	55.772	470	17	3.621	3.638

Kaynak: ITMF verileri

2016 yılında 84.733 adet olarak gerçekleşen dokuma tezgâhı sevkiyatlarında da Asya ülkeleri dikkat çekmektedir. Ayrıca Brezilya son dönemde yatırımlarını en fazla arttıran ülke olarak öne çıkmaktadır.

Dokuma tezgâhı yatırımlarında Türkiye, 3.095 adet ile 2016 yılında, Çin, Hindistan, Bangladeş ve Brezilya'dan sonra beşinci sırada yer almaktadır.

Tablo 237: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da Dokuma Makineleri Sevkiyatı

Başlıca Ülkeler	Mekiksiz Tezgah	Toplamda Pay
Çin	44.997	53,1%
Hindistan	14.222	16,8%
Bangladeş	7.734	9,1%
Brezilya	4.909	5,8%
Türkiye	3.095	3,7%
Pakistan	2.815	3,3%
Vietnam	2.537	3,0%
Endonezya	1.815	2,1%
DÜNYA TOPLAM	84.733	100%

Kaynak: ITMF verileri

Tablo 238: Ülke ve Bölge Bazında Dokuma Makineleri Kapasitesi

	KURULU KAPASİTE-2015			2007-2016 ARASI SATILAN MAKİNA TOPLAMI					2016 YILINDA SATILAN MAKİNE MİKTARI		
ÜLKELER	MEKİKLİ DOKUMA TEZGAHI	MEKİKSİZ DOKUMA TEZGAHI	TOPLAM	MEKİKLİ DOKUMA TEZGAHI	MEKİKSİZ DOKUMA TEZGAHI			TOPLAM	MEKİKSİZ DOKUMA TEZGAHI		
					HAVA-JET	RAPIER	SU-JET		HAVA-JET	RAPIER	SU-JET
AFRİKA	53.928	15.555	69.483	0	1.219	4.321	1.392	6.932	82	284	113
KUZEY AMERİKA	45.909	71.584	117.493	3	2.040	1.713	483	4.239	257	390	46
G.AMERİKA	70.914	60.318	131.232		4.794	2.073	219	7.086	282	178	0
ASYA	1.100.403	1.101.140	2.201.543	8.456	182.553	203.428	383.395	777.832	20.830	24.834	31.519
D.AVRUPA	9.040	108.950	117.990	0	1.899	3.237	379	5.515	268	459	43
TÜRKİYE	20.000	48.000	68.000	0	1.722	15.318	1.217	18.257	601	2.433	61
B.AVRUPA	5.806	30.875	36.681	0	3.775	5.694	73	13.576	588	1.420	10
ÜLKESİ BELLİ OLMAYAN			0	34	1	36	0	37	0	35	0
DÜNYA TOPLAM	1.306.000	1.436.422	2.742.422	8.493	198.003	239.820	387.158	833.474	22.908	30.033	31.792
ÇİN	375.000	805.000	1.180.000	4.061	124.671	86.007	336.386	554.125	10.794	8.670	25.533

Kaynak: ITMF verileri

2016 yılında gerçekleştirilen yuvarlak örme makineleri sevkiyatları incelendiğinde ise, dünyada toplam 26.159 adet geniş yuvarlak örme makinesi sevkiyatı yapıldığı görülmektedir. Türkiye ise, 2016 yılında 1.013 adet yuvarlak örme makinesi ithalatı ile Çin, Hindistan, Bangladeş ve Vietnam'dan sonra beşinci büyük yatırımcı ülkedir.

Tablo 239: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da Yuvarlak Örme Makineleri Sevkiyatı

Başlıca Ülkeler	Yuvarlak Örme Makineleri	Toplamda Pay
Çin	11.150	42,6%
Hindistan	4.234	16,2%
Bangladeş	2.178	8,3%
Vietnam	1.386	5,3%
Türkiye	1.013	3,9%
Endonezya	914	3,5%
Tayvan	715	2,7%
DÜNYA TOPLAM	26.159	100%

Kaynak: ITMF verileri

Tablo 240: Ülke ve Bölge Bazında Yuvarlak Örme Makineleri Kapasitesi

	2007-2016 ARASI SATILAN MAKİNA TOPLAMI						2016 YILINDA SATILAN MAKİNA TOPLAMI					
ÜLKELER	TEK KAFA		ÇİFT KAFA		TOPLAM	ELEKTRONİK İĞNELİ (-JAKARLI)	TEK KAFA		ÇİFT KAFA		TOPLAM	ELEKTRONİK İĞNELİ (-JAKARLI)
	24 İNÇ'E KADAR	24 İNÇ VE ÜZERİ	24 İNÇ'E KADAR	24 İNÇ VE ÜZERİ			24 İNÇ'E KADAR	24 İNÇ VE ÜZERİ	24 İNÇ'E KADAR	24 İNÇ VE ÜZERİ		
AFRİKA	371	1.896	136	1.882	4.285	161	49	193	3	417	662	34
KUZEY AMERİKA	512	1.262	257	1.513	3.544	426	7	152	0	217	376	68
G.AMERİKA	185	5.461	166	1.902	7.714	160	11	219	12	188	430	22
ASYA	26.325	108.020	18.487	108.274	261.106	2.707	1.837	5.967	254	14.811	22.869	1.369
D.AVRUPA	66	565	52	508	1.191	200	10	122	5	88	225	9
TÜRKİYE	384	6.201	310	3.657	10.552	1.173	27	454	28	504	1.013	178
B.AVRUPA	136	1.608	108	1.888	3.740	837	24	163	2	395	584	141
ÜLKESİ BELLİ OLMAYAN	19	166	34	66	285	0	0	0	0	0	0	0
DÜNYA TOPLAM	27.998	125.176	19.550	119.690	292.414	5.664	1.965	7.270	304	16.620	26.159	1.821
ÇİN	20.745	78.924	15.767	80.124	195.560	1.014	950	2.373	105	7.722	11.150	551

Kaynak: ITMF verileri

2016 yılında 139.636 adet olarak gerçekleşen düz örme makineleri sevkiyatlarında, yine Asya ülkeleri öne çıkmaktadır. Türkiye, 2016 yılında gerçekleştirdiği 2.975 adet düz örme makinesi ithalatı ile Çin, Bangladeş ve Vietnam'ın ardından dördüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 241: Başlıca Ülkeler İtibariyle 2016'da Düz Örme Makineleri Sevkiyatı

Başlıca Ülkeler	Düz Örme Makineleri	Toplamda Pay
Çin	101.550	72,7%
Bangladeş	16.886	12,1%
Vietnam	3.628	2,6%
Türkiye	2.975	2,1%
Hindistan	2.857	2,0%
İtalya	1.403	1,0%
Kamboçya	1.242	0,9%
Hong Kong	1.009	0,7%
DÜNYA TOPLAM	139.636	100%

Kaynak: ITMF verileri

Tablo 242: Ülke ve Bölge Bazında Düz Örme Makineleri Kapasitesi

	2007-2016 ARASI SATILAN MAKİNA TOPLAMI			2016 DA SATILAN MAKİNA TOPLAMI		
ÜLKELER	ELEKTRONİK DÜZ. DOK. MAKİNELERİ		TOPLAM	ELEKTRONİK DÜZ. DOK. MAKİNELERİ		TOPLAM
	70 İNÇ'E KADAR	70 İNÇ VE ÜZERİ		70 İNÇ'E KADAR	70 İNÇ VE ÜZERİ	
AFRİKA	2.901	133	3.034	655	0	655
KUZEY AMERİKA	1.402	216	1.618	418	4	422
G.AMERİKA	3.619	621	4.240	969	19	988
ASYA	461.370	12.817	474.187	131.364	34	131.398
D.AVRUPA	4.185	268	4.453	1.046	14	1.060
TÜRKİYE	16.518	268	16.786	2.969	6	2.975
B.AVRUPA	12.229	1.634	13.863	2.078	60	2.138
ÜLKESİ BELLİ OLMAYAN	11	0	11	0		
DÜNYA TOPLAM	502.235	15.957	518.192	139.499	137	139.636
ÇİN	325.045	9.685	334.730	101.535	15	101.550

Kaynak: ITMF verileri

Sonuç olarak, sektörlerimizin ar-ge ve yatırım eğilimleri incelendiğinde, Ar-Ge'den ziyade Ür-Ge yatırımlarının öne çıktığı, ancak kamu düzeyinde Ür-Ge alanında yeterli istatistik, mevzuat ve diğer düzenlemelerinin yapılmadığı söylenebilir. Ayrıca, yatırım teşvik sisteminde, sektörlerimizin kümelenme ve yan sanayiye yakın olma zorunluluğu, mevcut kapasitenin iyileştirilmesi ve modernizasyonu ihtiyacı gibi çeşitli alanlarda daha kapsamlı bir yaklaşıma ihtiyaç duyduğu ifade edilebilir. Bu çerçevede, uluslararası gelişme ve eğilimleri dikkate alınarak, sektörlerimizdeki gelişme ve eğilimler daha düzenli hale getirilebilir.

Sektörlerin Hammadde ve Üretim Eğilimi

Türkiye’de tekstil ve konfeksiyon sektörü esas itibarıyla pamuğa dayalıdır. Sektörünün gelişiminde çok önemli bir role sahip olan pamuk üretimine verilen önem her geçen yıl artmaktadır. Dünyanın yedinci büyük pamuk üretici ülkesi olan Türkiye, GDO’suz pamuk üretimi tanıtımını ve sertifikalandırma programlarını genişleterek bu alanda dünya çapında bilinirliğini arttırmaktadır.

Tablo 243: Yıllar İtibariyle Türk Doğal Lifler (Pamuk) Görünümü

PAMUK (TON)	2014	2015	2016	2017 (TAHMİNİ ORTALAMA)
PAMUK ÜRETİMİ	846.000	738.000	756.000	810.000
PAMUK İTHALATI	920.758	815.909	831.653	1.028.000
PAMUK İHRACATI	117.858	111.336	138.211	115.213
TOPLAM MEVCUT PAMUK MİKTARI	1.648.900	1.442.572	1.449.442	1.722.787
ÜRETİLEBİLECEK RİNG İPLİK MİKTARI	1.236.675	1.081.929	1.087.082	1.292.090
ÜRETİLEBİLECEK OPEN-END İPLİK MİKTARI	1.401.565	1.226.187	1.232.026	1.464.369
PAMUK İPLİĞİ İTHALATI	128.870	141.872	177.515	217.888
PAMUK İPLİĞİ İHRACATI	136.686	160.834	153.991	157.954
İÇ TÜKETİM (TON)				
PAMUK İPLİĞİ (RİNG)	993.498	1.049.165	1.215.529	1.334.406
PAMUK İPLİĞİ (OPEN-END)	993.498	1.049.165	1.215.529	1.334.406

Kaynak: ITMF verileri

Türkiye Elyafı;

- 687 bin ton balya pamuk üretimi
- Diğer tekstil elyaflarında gelişen üretim kapasitesi,

İplikte kapasite bakımından;

- Dünyada 5’inci,
- AB’de kısa elyaf sistemde 1’inci,
- AB’de uzun elyaf sistemde 2’inci

Mekiksiz dokuma tezgahlarında;

- Dünyada 6’ıncı,
- AB’de en büyük üretim kapasitesine sahiptir.

Tablo 244: Dünya’da ve Türkiye’de Pamuk Üretim ve Tüketim Tahminleri

DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE PAMUK ÜRETİM VE TÜKETİM TAHMİNLERİ 2017/2018 VE 2018/2019 SEZONLARI								
Birim:1000 Ton	2017 / 2018			2018 / 2019			% DEĞİŞİM	
EN FAZLA PAMUK ÜRETEN ÜLKELER	ÜRETİM	TÜKETİM	FARK	ÜRETİM	TÜKETİM	FARK	ÜRETİM	TÜKETİM
HİNDİSTAN	6.200	5.302	-898	6.073	5.567	-506	-2,0	5,0
ÇİN	5.345	8.115	2.770	5.345	8.358	3.013	0,0	3,0
ABD	4.579	729	-3.850	4.227	737	-3.490	-7,7	1,1
PAKİSTAN	1.796	2.346	550	2.093	2.463	370	16,5	5,0
BRAZİLYA	1.703	725	-978	1.616	728	-888	-5,1	0,4
AVUSTRALYA	968	6	-962	890	6	-884	-8,1	0,0
TÜRKİYE	840	1.481	641	852	1.703	851	1,4	15,0
ÖZBEKİSTAN	800	389	-411	804	409	-395	0,5	5,1
MEKSİKA	335	435	100	320	435	115	-4,5	0,0
TÜRKMENİSTAN	304	140	-164	300	141	-159	-1,3	0,7
DİĞER ÜLKELER	2.801	5.727	2.926	2.827	5.969	3.142	0,9	4,2
DÜNYA TOPLAM	25.671	25.395	-276	25.347	26.516	1.169	-1,3	4,4

Kaynak: ICAC, Nisan 2018

Tablo 245: Yıllar İtibariyle Dünya ve Türkiye’de Pamuk Fiyatları

Cotlook A İndeks ve İzmir Ticaret Borsası Standart Garanti/41 Renk Ege Pamuk Fiyat Karşılaştırması								
Aylar	2015		2016		2017		COTLOOK A INDEX	İTB 41 RENK
	COTLOOK A INDEX (\$/KG)	İTB 41 RENK* (\$/KG)	COTLOOK A INDEX (\$/KG)	İTB 41 RENK* (\$/KG)	COTLOOK A INDEX (\$/KG)	İTB 41 RENK* (\$/KG)	2016 / 17 Değişim %	2016 / 17 Değişim %
Ocak	1,49	1,59	1,52	1,59	1,82	1,76	19,8	10,9
Şubat	1,54	1,54	1,47	1,60	1,88	1,90	28,0	19,3
Mart	1,53	1,48	1,45	1,55	1,91	2,00	32,1	28,6
Nisan	1,58	1,45	1,53	1,62	1,92	2,11	25,6	30,5
Mayıs	1,61	1,60	1,55	1,62	1,95	2,23	26,2	37,2
Haziran	1,60	1,62	1,63	1,66	1,87	2,24	14,7	34,7
Temmuz	1,60	1,57	1,81	1,75	1,85	2,25	2,2	28,2
Ağustos	1,58	1,52	1,77	1,86	1,75	2,27	-1,3	22,0
Eylül	1,52	1,53	1,73	1,70	1,78	1,81	2,9	6,3
Ekim	1,52	1,53	1,73	1,65	1,73	1,77	0,3	7,6
Kasım	1,53	1,59	1,74	1,67	1,77	1,76	1,9	5,0
Aralık	1,55	1,56	1,75	1,68	1,89	1,82	7,5	8,6
12 Aylık Ortalama	1,6	1,5	1,6	1,7	1,8	2,0	12,4	19,9
12 Aylık Fiyat Değişimi %	4,5	-1,9	15,7	5,6	3,9	3,4		

Kaynak: İzmir Ticaret Borsası ³

³ Nisan 2015 tarihine kadar İzmir Ticaret Borsası pamuk fiyatları Standart Garanti olarak, Nisan 2015 tarihinden itibaren ise tip değişikliği olması nedeniyle 41 Renk Ege Pamuğu olarak verilmektedir.

Pamuk dışında diğer liflerden özellikle suni-sentetik liflerinde Ülkemiz ise toplam 2,05 milyon ton ile dünyanın en büyük 7. sentetik iplik ve elyaf kapasitesine sahiptir. Türkiye'nin kapasitesi AB'nin toplam kapasitesinden fazladır. Kapasitemizin yüksekliğine karşılık üretim seviyemiz düşük seyretmektedir. Ülkemiz 2016 yılında toplam 1,2 milyon tonluk sentetik iplik ve elyaf üretmiştir. Bunun nedeni Çin ve Hindistan gibi dünya talebinin çok üzerinde gerçekleştirdikleri yatırımlardır. Ülkemiz sentetik üretiminin en önemli kısmı polyester iplik ve elyaf olup onu akrilik ve polypropilen takip etmektedir.

Diğer yandan konvansiyonel tekstil ürünlerinin yanı sıra teknik tekstillerde son yıllarda çok hızlı gelişme göstermektedir. Teknik tekstillerin çok farklı alanlarda kullanım alanı olduğu göz önüne alınırsa sektörün önümüzdeki dönemde çok ciddi gelişme yaşayacağı beklenmektedir. Teknik tekstil ürünleri tamamen sentetik iplik ve elyaf ürünlerinden üretilmektedir. Bu bakımdan bu ürünlerde üretim ve yatırımın desteklenmesi önem taşımaktadır.

Tablo 246: Dünya Suni-Sentetik Lif Üretimi

ÜLKELER	ÜRETİM MİKTARI (MİLYON TON)	ORANI (%)
ÇİN	45.746	64,9
HİNDİSTAN	5.781	8,2
DİĞER ASYA ÜLKELERİ	4.992	7,1
A.B.D	2.483	3,5
BATI AVRUPA	2.215	3,1
TAYVAN	2.084	3
G.KORE	1.779	2,5
TÜRKİYE	1.541	2,2
ORTA DOĞU VE AFRİKA	1.155	1,6
DİĞER AMERİKA	820	1,2
JAPONYA	769	1,1
DOĞU AVRUPA	771	1,1
MEKSİKA	300	0,4
TOPLAM	70.433	100

Kaynak: SUSEB

Diğer yandan 2016 yılında üretilen sentetik liflerin ülkelere göre dağılımı aşağıdaki gibidir.

Tablo 247: 2016 Yılı Sentetik Liflerin Ülkelere Göre Dağılımı

ÜLKE	POLYESTER (1.000 TON)	POLYOLEFİN (P.P.) (1.000 TON)	POLYAMİD (NAYLON) (1.000 TON)	AKRİLİK (1.000 TON)
B.AVRUPA	469	818	285	195
TÜRKİYE	497	658	80	283
D.AVRUPA	338	225	143	39
A.B.D	1.282	501	568	-
KANADA	2	83	75	-
MEKSİKA	156	72	24	41
G.AMERİKA	258	292	69	23
ÇİN	37.271	1.023	2.530	631
HİNDİSTAN	4.764	198	153	103
TAYVAN	1.412	180	309	58
G.KORE	1.425	128	128	53
JAPONYA	227	196	93	132
D.ASYA	3.483	516	198	109
ORTA DOĞU VE AFRİKA	438	597	91	30
TOPLAM	52.020	5.492	4.746	1.696

Kaynak: SUSEB

Ülkemizin suni sentetik üretimine ilişkin detaylı bilgileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 248: Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Suni-Sentetik Üretimi

ÜRETİM	2011	2012	2013	2014	2015	2016
POLYESTER İPLİK (POY+DÜZ+PTY)	358.940	318.311	373.585	399.751	386.359	414.294
POLYESTER ENDÜSTRİYEL İPLİK	21.242	21.242	19.000	20.500	22.000	24.000
POLYESTER ELYAF	188.983	190.300	201.000	215.000	200.000	210.000
POLYAMİD İPLİK	23.000	21.000	24.000	23.500	20.000	22.500
POLYAMİD ENDÜSTRİYEL İPLİK	39.000	39.000	39.000	39.500	39.000	41.000
POLYAMİD ELYAF	600	600	600	600	600	600
AKRİLİK ELYAF	284.000	270.000	275.000	270.000	270.000	260.000
POLYPROPİLEN İPLİK	220.000	225.000	230.000	240.000	240.000	251.000
POLYPROPİLEN ELYAF	58.000	58.000	60.000	63.500	67.000	73.000
SENTETİKLER TOPLAMI	1.166.965	1.028.068	1.218.033	1.281.591	1.242.400	1.296.394
VİSKOZ	0	0	0	0	0	0
ASETAT	0	0	0	0	0	0
SELÜLOZİKLER TOPLAMI	0	0	0	0	0	0
GENEL TOPLAM	1.166.965	980.579	1.218.033	1.281.591	1.242.000	1.296.000

Kaynak: SUSEB

Diğer taraftan sentetik elyaf ve iplik sektörü büyük önem taşımasına rağmen hammadde ve üretim teknolojisi alanlarında ciddi dışa bağımlıdır. Ülkemizin sentetik sektörünün ihtiyaç duyduğu hammadde ihtiyacının %15 civarı yurt içinden karşılanırken geri kalan kısmı ithal edilmektedir.

Yeni lifler, malzemeler ve mevcut hammaddelerde talebe yönelik eğilimler

Dünya elyaf talebi incelendiğinde, pamuk talebinin sınırlı arttığı, öte yandan suni-sentetik elyaf talebinin hızlı artış kaydettiği görülmektedir. Bu durum, pamuklu tekstil ve giyim ürünlerinde dünya çapında avantaja sahip Türkiye için bir taraftan avantaj oluştururken, tehditleri de beraberinde getirmektedir. Türk tekstil ve giyim sektörlerinin suni-sentetik ürünler piyasasındaki artan talep potansiyelini iyi değerlendirmesi gerekirken, pamuklu ürünlerdeki bilinilirliğini koruyabilmelidir.

Tablo 249: Elyaf Çeşitlerine Göre Tekstil Elyafı Küresel Nihai Kullanım Talebi

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ticaret Hacmi (Milyon Ton)						
Suni-Sentetik Elyaf						
<i>Sentetik</i>	51,39	54,6	57,13	59,48	61,39	63,46
<i>Selülozik</i>	4,27	4,8	4,97	5,14	5,31	5,49
Toplam Suni-Sentetik Elyaf	55,66	59,39	62,1	64,62	66,69	68,94
Pamuk	23,22	23,87	24,18	24,31	24,12	24,24
Yün	1,06	1,1	1,14	1,15	1,18	1,21
TOPLAM	79,94	84,37	87,43	90,08	92	94,39
Pay (%)						
Suni Sentetik Elyaf						
<i>Sentetik</i>	64,3	64,7	65,3	66	66,7	67,2
<i>Selülozik</i>	5,3	5,7	5,7	5,7	5,8	5,8
Toplam Suni-Sentetik Elyaf	69,6	70,4	71	71,7	72,5	73
Pamuk	29	28,3	27,7	27	26,2	25,7
Yün	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
TOPLAM	100	100	100	100	100	100

Kaynak: ICAC

2.3. İlişkili Temel Alanlardaki Gelişmelerin Rapor Konusu Alana Yansıması

Pazarın gelişmiş ülkelere kayması ve Asya'nın yükselişi

Hazırgiyim ve konfeksiyon ile tekstil sektörlerinde küresel tedarik zincirinde üretimin daha düşük üretim maliyetlerine sahip ülkelere kayma eğilimi son beş yıl içinde de devam etmiştir.

Bilindiği üzere, bu sektörlerde ilk sanayi üretiminin İngiltere’de sanayi devrimiyle birlikte başlamasına karşın, sonrasında üretim sürekli olarak ucuz işgücü maliyeti olan ülkelere kaymış ve 2017 yılı itibariyle gelişmiş ülkeler AR-GE ve tasarım ile perakende süreçlerini ellerinde tutarken, üretimin çoğunlukla Çin ve son dönemde ise Bangladeş ve Vietnam başta olmak üzere Asya ülkelerinde yapılması sonucu ortaya çıkmıştır.

Öte yandan, bu sürecin Afrika ülkelerinin üretime başlamasıyla önümüzdeki dönemde farklı bir boyut kazanabileceği öngörülmektedir. Ancak Afrika ülkelerindeki altyapı sorunları ve az gelişmişlik düzeyi, Asya ülkelerinin üretimdeki yükselişine benzer bir yükselişin Afrika ülkelerinde yaşanmasına engel olmaktadır.

Teknoloji ve inovasyon

Teknolojinin son yıllardaki hızlı değişimi ve inovasyon, tekstil ve konfeksiyon sektörlerini de etkilemektedir. Bu çerçevede, bu sanayilerin kullandıkları makinelerin verimi ve hızı artmakta, insan gücüne olan ihtiyaç süreç içinde azalmaktadır. Bu durum, önümüzdeki süreçte sektörleri aşağıdaki başlıklar itibariyle etkileyebilir.

Üretimde otomasyon ve sanayi 4. 0, yapay zeka uygulamaları

Tekstil ve hazır giyim sektörü, insan gücünün doğrudan üretim süreçlerinde kullanılması nedeniyle üretimde otomasyonu diğer sektörlerle göre daha geç benimsemiştir. Ancak bu teknolojik ilerlemeye bakıldığında önüne geçilemeyen bir süreç olarak tekstil ve hazır giyim sektörlerini de kapsayacaktır.

Örneğin fermuar dikiminde fermuarın ürünün ilgili yerine yerleştirilmesinde insan gücüne önceden doğrudan ihtiyaç varken, yeni piyasaya sürülen dikiş makinelerinin tek seferde aparata yerleştirilmiş fermuarları dikebildiği ve önceden 10 kişinin yaptığı üretimi 3 kişiye kadar indirebildiği görülmektedir.

Bu gibi örneklerin sektörde daha fazla kullanılmaya başlanmasıyla birlikte, üretim süreçleri daha standart hale gelirken, insan gücüne daha az ihtiyaç duyulacak ve maliyetler düşerken verimlilik artacaktır.

Tedarik zincirinin dijitalleşmesi

Tedarik sürecinde dijitalleşme, teknolojik ve web tabanlı hizmetlerin gelişmelerin hızlanmasına bağlı olarak tekstil ve hazır giyim sanayilerinin karşı koyamayacağı bir süreç olacaktır.

Tedarik sürecinin dijitalleşmesiyle üretim izlenebilir hale gelecek, verimlilik artarken maliyetler düşecektir. Uluslararası alıcılarla irtibat daha hızlı kurulabilecek ve tüketici tercihlerine daha uygun ürünlerin piyasaya sunulması mümkün olabilecektir.

E-Ticaret

Küresel piyasalarda tedarik kanalları incelendiğinde son yıllarda en hızlı artış yakalayan tedarik kanalının e-ticaret olduğu görülmektedir. Firmalar e-ticaret kanalını daha etkin kullanarak sadece tedarik alanında değil, markalaşma ve perakende açısından da kendileri için gelişim alanları bulabilmektedir.

Öte yandan, lojistik altyapısı, e-ticaretin en vazgeçilmez unsuru olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede alınacak tedbirlerin ve uygulanacak stratejilerin lojistik ile birlikte değerlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik

Hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil üretiminde kurumsal sosyal sorumluluk, çevre dostu uygulamalar ve döngüsel ekonomi konuları esasında uzun bir süredir gündemde olmasına karşın, son yıllarda bu konularda uluslararası çevrelerde zorunlu mevzuat uygulamalarının getirilmesi gibi daha somut adımların görüldüğü görülmektedir. Tüketiciler için de ürüne yönelik sürdürülebilirlik kriterleri ve standartları giderek ürünün fiyatından daha önemli hale gelmektedir.

Dolayısıyla, Türkiye ekonomisi ve sanayisi içinde önemli bir yere sahip olan bu sektörlerimizin değişen dünya rekabet şartlarına uyum sağlaması gerekmektedir. Küreselleşmeyle birlikte artan tüketici bilinci ve marka imajının zedelenmesi riskine karşı şirketlerin sattıkları malların sağlıklı ve güvenli çalışma koşullarında, adil ücret ödenerek ve üretime katılanların temel insan haklarına saygı gösterilerek üretilmesini sağlamaları hususu bir rekabet unsuru olarak önemini arttırmaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı, şirketlerin etkileşim içinde oldukları çevreye ve paydaşlara zarar vermeden faaliyetlerini devam ettirmeleri ve aynı zamanda kanuni yükümlülüklerin ötesinde topluma fayda sağlamaları olarak özetlenebilir. Bu

kuralların kapsamında çocuk işçi çalıştırma, zorla çalıştırma, sağlık ve güvenlik, sendikalaşma özgürlüğü, ayrımcılık, disiplin uygulamaları, çalışma saatleri, ücretler ve çalışma ortamı, çevre ile ilgili kurallar yer almaktadır.

KSS, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabetçi ve küresel konumu için de son derece önemlidir. Ancak, bu konuda pek çok standardın bulunması üretici firmaları zorlayan bir husustur. Tüketici tercihlerinin bir sonucu olarak gönüllülük esasına göre uygulanan sosyal standartların yanında her ülkenin kendi çalışma kanunları ve ILO sözleşmeleri bu konuda zorunlu standartlar ortaya koymaktadır. Bu tür standartlara Uzakdoğu ülkeleri olmak üzere tüm ülkelerin uymasının sağlanması ve gerekirse bu standartlara uymanın ticaret yapmak için şart olarak ortaya konulması da dünya genelinde daha adil bir tekstil ve hazır giyim ticareti sağlayabilecektir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun geliştirilmesi için bazı öneriler aşağıda verilmiştir:

- KSS'in farkındalığını arttırmak amacıyla sektörde faaliyet gösteren şirket sahipleri, şirket yöneticileri başta olmak üzere çalışanlara yeni iş kanunu, çalışma standartları, çevre standartları, KSS'in önemi hakkında devlet kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve büyük şirketlerin bilgilendirme ve eğitim faaliyetleri düzenlemesi,
- KSS konusuna önem veren büyük şirketlerin bilinirliğinin artırılması ve bu şirketlerce KSS faaliyetlerinin rapor olarak paylaşılması,
- İlgili kamu kurumlarınca ödül, proje desteği, iş birliği gibi girişimlerle sosyal sorumluluk çalışmalarının desteklenmesi,
- Büyük şirketlerin, tedarik zincirinde yer alan tüm şirketleri denetlemesi, izlemesi, KSS standartlarına uyma konusunda teşvik etmesi ve bu şirketlere sorumluluklarını yerine getirme konusunda yardımcı olması,
- KSS standartlarını uygulayan şirketlere kamu kurumları, sivil toplum örgütleri veya sendikalar aracılığıyla ödül verilerek diğer şirketlerin de KSS konusunda teşvik edilmesi. KSS'in önemli bir bileşeni olan iş sağlığı ve güvenliği konusunda çeşitli sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği yarışmalar ve "Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Haftası İyi Uygulama Ödülleri" etkinliği bazı örneklerdir.

- Ülkemiz hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri sektörlerinin küresel tedarik zincirindeki konumu nedeniyle büyük ölçüde uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk prensiplerinin sektörün alt yükleniciler de dahil olmak üzere geneline yayılmasına ve küresel alıcılar tarafından bilinir hale getirilmesine yönelik kapsamlı stratejiler geliştirilmelidir.

Gelişmiş ülkelerin üretime tekrar geri dönüşü

Hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil üretim süreçlerinde otomasyon ve teknolojik müdahalenin hızlanmasıyla gelişmiş Batı ülkelerinin yeniden üretime yöneldiği görülmektedir. Zira bu sayede işgücü maliyetlerinin düşürülerek ve daha inovatif ürünler üretilerek daha rekabetçi sektörler elde etmek mümkün olabilecektir.

Özellikle son üç yıl içinde teknoloji alanındaki gelişmeler, bu eğilimi yeniden düşünmeye yol açmaktadır. Zira yine gelişmiş batı ülkelerindeki teknolojik gelişmeler, otomasyon sistemleri, sektörlerin emek-yoğun özelliğini kaybettirecek boyutlara gelebilmektedir. Bu açıdan, üretim maliyet ve sürelerini düşüren Batı ülkeleri yeniden üretim yapabilir hale gelerek gelişmekte olan ülkelerin bir tedarikçi olarak öneminin azalma ihtimali düşündürücüdür.

Bu çerçevede ülkemiz hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil ve deri ve deri mamulleri sektörlerinin vizyonlarını ve gelecek dönem stratejilerini yeniden düşünmesine ve yeni sürece adapte olacak uygun stratejilerin benimsenmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

AB ile ilişkiler

AB ile Gümrük Birliğinden kaynaklanan sorunların Dünya Bankası Raporu ile gündeme getirilmesinden sonra başlayan Gümrük Birliğinin modernizasyonu süreci, en önemli ihracat pazarları AB ülkelerinden oluşan tekstil ve konfeksiyon sektörleri tarafından dikkatle takip edilmektedir.

AB'nin yeni nesil STA'ları Türk tekstil ve konfeksiyon sektörleri için önemli bir gündem maddesi olmaya devam etmektedir. Öte yandan İngiltere'nin Brexit kararı belirsizlik yaratmaktadır.

Dünya ticaretinde korumacılığın artışı

Dünya ticaretinde bir taraftan karşılıklı STA'lar ile küresel tekstil ve konfeksiyon ticaretinde ticaret kanalları stabil hale gelirken, gelişmekte olan ülkelerin korumacılık

politikalarına daha fazla başvurduğu, gelişmiş ülkelerin ise kayıt sistemleri ile ticaret akışını izlenebilir hale getirmeye yönelik uygulamalara başvurdukları görülmektedir.

2.4. Türkiye’deki Dinamikler ve Dünyadaki Eğilimlerin Muhtemel Yansımaları

Dünyada yaşanan pek çok gelişmeye bağlı olarak sektörlerin yapısında ve işleyişinde de değişiklikler olması beklenmektedir. McKinsey Company’nin “The State of Fashion 2018” isimli belgesinde kısa vadede sektörleri etkilemesi beklenen trendler yer almaktadır. Buna göre kısa vadede sektörleri etkilemesi beklenen özellikle küresel ekonomi ve tüketici alışkanlıkları temel alınarak tespit edilen trendler şunlardır:

- **Belirsizliğin Normalleşmesi:** Jeopolitik karışıklıklar, ekonomik belirsizlik gibi olguların “yeni normal” olarak kabul edilmesi
- **Asyalıların Öncülüğü:** Yeniliklerde öne çıkıp, küresel çaptaki yatırımlarla Asya bölgesindeki aktörlerin güçlerini arttırması
- **Kişiselleşme:** Tüketiciler için kişiye özel ürünler üretilmesinin daha önemli hale gelmesi
- **Mobil Platformlar:** Tüketicilerin mobil platformlara olan ilgisinin artışıyla uçtan uca tüm işlemlerin mobil platforma taşınması
- **Yapay Zekanın Yaygınlaşması:** Yapay zekâ alanındaki yeniliklerle birlikte, bu teknolojinin tedarik zincirlerindeki süreçler içinde yaygınlaşması
- **Sürdürülebilirlik:** Döngüsel ekonomi ilkelerinin tedarik zincirinin her aşamasına entegre edilmeye çalışılmasıyla sürdürülebilirliğin vazgeçilemez bir unsur haline gelmesi

Kısa dönemde yaşanması beklenen bu gelişmelerin dışında uzun vadede sektörlerde etkili olması beklenen trendler ve bunların etkileri aşağıda yer almaktadır.

Buna göre sektörde işgücü maliyetlerinde yaşanacak olan artışla beraber tedarik merkezlerinin değişeceği, düşük ücrete sahip ülkelerin yeni tedarik merkezleri olarak ön plana çıkacağı öngörülmektedir. Kısa dönemde etkili olması beklenen bazı trendleri de kapsayan dijitalleşmenin uzun dönemde yeni pazarların oluşmasını sağlayacağı; dijitalleşme trendine ayak uyduramayan aktörlerin rekabette geride kalacağı tespit edilmiştir. Dijitalleşmeye paralel olarak sanayi 4.0 ve otomasyon sistemi de sektörleri etkileyecek olan trendler arasında ön plana çıkmaktadır.

Tablo 250: Kısa ve Uzun Vadede Sektörleri Etkilemesi Beklenen Trendler

	Endüstriyel Trend	Küresel Etkisi
Maliyet Artışı	* Özellikle işgücü maliyetlerinde artış yaşanmıştır * Hammadde maliyetleri dalgalı seyir izlemektedir.	* İşgücü maliyetlerindeki artış temel ürünlerdeki tedarik merkezlerini değiştirmektedir. * Düşük ücrete sahip Güney Asya ülkeleri ve Afrika ülkeleri gelecek dönemdeki tedarik merkezleri olacaktır.
Dijitalleşme	* Tedarik zincirinin tüm aşamalarında dijitalleşme yaşanmaktadır.	* Yeni pazar genişletme fırsatları dijitalleşme ile gelecektir. * Dijitalleşmeyen oyuncular rekabette geri kalacaktır.
Otomasyon	* Verimliliği artırmak için üretimde makine kullanımı artmaktadır. * Süreçte şeffaflık için dijitalleşmeye önem verilmektedir.	* Otomasyonu geliştiren dijitalleşen ve verimliliği artıran ülkeler rekabette öne geçmektedir.
Ortaklık odaklı tedarik	* Alıcılar ile tedarikçiler arasındaki ilişki ortaklığa doğru yönelmektedir.	* Tedarik zincirinde alıcıların kontrolü artmaktadır. * Üretimde kalite ve standartlar yükselmektedir.
Yakınlık	* Orta ve üst segmentlerde tedarik için yakınlık öne çıkmaktadır.	* Avrupa için Kuzey Afrika ve Türkiye, ABD için Meksika ve Latin Amerika tedarik için öne çıkmaktadır.
İnternet perakendeciliğinin yükselişi	* İnternet satışlarının artması	* Sipariş porsiyonlarının küçülmesi * Esnek üretime olan talebin artması * Mağaza alımlarının küçülmesi
Sürdürülebilirlik ve uyum	* Hem tüketiciler hem de düzenleticiler sürdürülebilir ürünler talep etmektedir. * Alıcılar, üretimde çevre, sağlık ve güvenlik uyumluluğu aramaktadır.	* Uyum kriterlerine uymayan üreticilerden alım yapılmamaktadır. * Uyum kriterleri maliyetleri artırmaktadır.
İklim değişikliği	* Küresel ısınma * İklimlerin alışlagelmişin dışına çıkması	* Sıcığa uygun ürün geliştirilmesi ve malzeme kullanımı * Aynı anda farklı mevsimlere hitap eden modellerin kullanılması
Yeni nesil hazır giyim ürünleri	* Akıllı ve teknik tekstilden yapılan giysilere olan talep artmaktadır.	* Yüksek katma değerli ürünler üretilmektedir. * Teknik tekstil bazlı ürünlerin günlük hayatta kullanımı artacaktır.
Mega şehirler	* Küresel kazancın 1/4'ünün 10 yıl içinde 60 mega şehirde olması beklenmektedir. * Orta gelirli tüketici sayısı artmaktadır. * Satış kanalları online lehine değişmektedir.	* Orta ve lüks ürünler pazarı mega şehirlerde büyüyecektir. * Değişime adapte olamayan perakendecilerin marjları düşmektedir.
Ticaret Anlaşmaları	* Vietnam, Bangladeş ve Kenya gibi Asya ve Afrika ülkeleri büyük pazarlar ile STA'lar imzalamaktadır.	* STA'lar nedeniyle ihracat ve ithalat rotaları değişmektedir. * Asya ve Afrika ülkeleri AB ve ABD gibi pazarlarda anlaşmalarda ihracatlarını artırmaktadır.
Çin faktörü	* Çin'deki artan yerel talep ihracatın payını azaltmaktadır.	* Çin'in ihracattaki lider konumu devam etmekle birlikte payındaki artış yavaşlamaktadır.

Kaynak: Hazır giyim Sektörü Vizyon Belgesi

3. PLAN DÖNEMİ PERSPEKTİFİ

3.1. Uzun Vadeli Hedefler (15 Yıllık Perspektif, Vizyon vb.)

Hazırgiyim, tekstil, deri ve halı sektörleri, bir taraftan üretim üretici kimliği güçlü sektörler olurken diğer yönüyle tasarım, ür-ge ve modaya dayalı sektörlerdir. Emek-yoğun olan bu sektörlerin diğer imalat sanayi kollarına göre teknoloji, çevre, tüketici ve diğer faktörlerle etkileşimi farklılaşabilmektedir.

Ayrıca, sektörlerimizin gelecek döneme ait projeksiyonlarında mevcut küresel ticaret ve ekonomik gelişmeler de daha hızlı rol oynayabilmekte olup, belirsizliğin normalleştiği bir dönem olarak adlandırılan bu dönemde bu tür dışsal faktörler ileriye yönelik projeksiyonları da bulanıklaştırmaktadır.

Öte yandan, geleneksel olarak ülkemizin ihracatta birim fiyatları arttırarak katma değerli ihracat yönelme hedefi sektörlerimiz için de öncelikli konulardan birdir. Bu sektörlerde uzun dönemli projeksiyonların başında katma değer artışı sağlamak ve birim başına ihracat fiyatını arttırmak gelmektedir. Öte yandan sektörlerimizin ihracat birim fiyatları, halen yaklaşık 2 Dolar seviyesinde olan Türkiye'nin ortalama ihracat birim fiyatının çok üzerinde olmasına karşın, rakipleri ile ve AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında geride kalmaktadır.

Sektörlerimizde katma değer artışı yakalayabilmek için ürün geliştirme çalışmaları, tasarım ve moda öncelikli sırada yer almaktadır. Hammadde üreten tekstil sektörü için ise bu faktörlerin yanı sıra ar-ge çalışmaları öncelik taşımaktadır.

İhracat birim fiyatın artırılması suretiyle katma değerli ihracat hedefinin gerçekleştirilmesi durumunda mevcut üretim altyapısıyla ihracatta önemli artış kaydedilebileceği değerlendirilmektedir.

Önceki dönemlerde üzerinde sıklıkla durulan katma değerli ürün ihracatında artışın yanı sıra, alternatif pazarların etkin olarak devreye girmesi, markalaşma, yeni ürün tasarımı ile yurtdışı mağazalaşmanın ve mağaza sayısının hızlı bir şekilde artması hedeflerinin önemini yine korumasına karşın, tüketici talepleri ve değişen küresel üretim ve tedarik değer zincirleri ile teknolojik gelişmelerin yansımaları, sektörlerimizin farklı alanlarda da hedef belirleme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Bu perspektifle, Türk tekstil ve hazır giyim sektörlerinin, önümüzdeki süreçte benimsediği hedefler ve değişim gündemi, bir önceki kalkınma planı dönemine benzer şekilde aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Markalaşmak, tasarım ve koleksiyon alt yapısı ile dünya markalarına hizmet veren sektör konumundan moda yapıcı ülke konumuna geçilmesi
- Sektörün organizasyon gücü ve coğrafi konum kaynaklı avantajını kullanarak “Organizatör ülke rolü” nün güçlendirilmesi;
- Teknolojinin kaldıraç gücünü kullanarak, alıcıların taleplerinin yoğunlaştığı tedarik zincirinin dijitalleştirilmesine yönelik faaliyetlere ağırlık verilmesi
- Küresel marka olma potansiyeli olan markalara yatırım yaparak dünyanın 100 büyük markası içinde 5 Türk markasının olmasının sağlanması
- Yeni teknolojilerin kullanımı ile yenilikçi ve çok fonksiyonlu ürünlere yönelmek; teknik tekstiller üretim ve ihracatının artırılarak bu alanda lider ülkeler arasında yer alınması
- Üretim kapasitesinin modernizasyonu ve yeniden yapılanması ile verimlilik artışı sağlanması
- Özel ve katma değeri yüksek ürünler; özel elyaf ve yüksek teknoloji ipliklerin üretimiyle ihracatta katma değer artırılması
- Teknik tekstiller açısından önem arz eden suni-sentetik elyaf ve iplikte üretim ve yatırım kapasitesinin artırılması
- Sıradan ürünlerden hip kompozitler, bimateryaller gibi özel ürünlere geçiş, çevre dostu ve yeni tekstil uygulamalarına yönelmek
- Terbiye alanında dijitalleşme ile daha iyi duruma gelmek
- Ülkemize özgü kumaş tasarımlarının geliştirilmesi
- Stratejik ortaklıklar, organizasyonlar ve kümelenme ile rekabet gücünün artırılması
- Pazarlamada yurtdışı perakendeciliğin ve mağazalaşmanın güçlendirilmesi
- Özellikle deri sektöründe alt segmentlerde uzmanlaşmanın sağlanması
- “Türk Derisi” ve “Türk Halısı”, “Türk Ayakkabısı”, “Kaliteli tekstil üreten ülke olgusunun ve imajının bir ülke markası olarak etkin tanıtımının yapılması

Bu hedef ve değişim gündemine ilave olarak, aşağıdaki hedef ve değişim gündemi maddelerini sektörlerimizin 2023 yılına kadarki süreçte dikkatle takip etmesi gerektiği ifade edilebilir:

- Teknolojik yatırımlar ve sanayi 4.0'ın getirdiği yeniliklerden faydalanmak,
- Her pazarın kendi dinamiğine uygun pazarlama ve tanıtım faaliyetleri yürütebilmek
- Kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik alanında bilinirlik sağlamak
- Tüketiciye en hızlı ulaşmayı mümkün kılacak dağıtım kanalları geliştirmek ve bu alanda dijital uygulamalardan yararlanmak

Öte yandan, bilindiği üzere, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından 2008 yılında başlatılan 2023 yılı ihracat stratejisi çalışması kapsamında sektörlerin 2023 yılı ihracat hedefleri belirlenmiştir.

Buna göre hazır giyim sektöründe uzun dönemli perspektifte Cumhuriyetimizin 100. Kuruluş yılı olan 2023 yılında 60 milyar dolar düzeyinde ihracat performansına ulaşmayı hedef olarak konulmuştur. 2023 yılında ulaşılması planlanan 60 milyar dolarlık ihracat seviyesinin, 30 milyar doları moda-marka ve tasarım odaklı ürünlerle katma değerli ihracatın payının artırılması yoluyla sağlanması, ayrıca organizasyon tecrübesine dayanarak, coğrafi konumumuzun da avantajlarını kullanmak suretiyle “Organizatör Ülke” rolüyle ticari katma değer yaratarak 30 milyar dolarlık ilave ihracat potansiyeli sağlanması hedeflenmiştir.

Tekstil sektörünün 2023 yılında uzun vadeli ihracat hedefi ise 20 milyar dolarlık ihracat seviyesine ulaşmak olup bu hedefin teknik tekstiller ve çok fonksiyonlu ürünlere yönelik yatırım, üretim ve ihracat kapasitesinin arttırılması ile hedeflenmiştir.

Halı sektöründe ise yapılan yatırımlar ve tasarım odaklı faaliyetlerle halı ihracatının önemli bir yükseliş kaydettiği görölmektedir. 2023 yılında 5,5 milyar dolar değerinde ihracat hedefi bulunan halı sektörümüzde özellikle makine halısında yapılan önemli yatırımlar, sektörün ihracatını öne taşımaktadır.

Deri ve deri ürünleri sektörümüz ise yukarıda ifade edilen temel değişim gündemi çerçevesinde 2023 yılında 5,2 milyar dolar düzeyinde ihracata ulaşmayı hedeflemektedir. Son beş yıl içinde özellikle küresel ticarete kaydedilen gelişmeler ışığında deri sektörümüz

yeni pazarlara açılarak ve şirket içi kurumsallaşma ve ihracat odaklı yönetimi benimseyerek ulaşmaya çalışmaktadır.

Bununla beraber, 2023 ihracat stratejisi ve hedeflerinin ortaya konulduğu 2008 dönemini takip eden 10 yıllık süreçte dünya ekonomisi ve ticaretindeki belirsizlikler hız kazanmış ve dünya ticareti de o dönemde öngörülen “Negatif”, “Durağan” ve “Pozitif” senaryolardan da ayrılan eğilim göstermiştir.

Bu eğilim, dünya tüketici trendlerini çok hızlı hisseden sektörlerimiz açısından daha fazla geçerlilik kazanmış olup, dünya ticaretinin düşüş gösterdiği bu dönemde ihracat için belirlenen sayısal hedeflerin tutturulması mümkün olmamıştır.

Bu nedenle bu çalışma grubu çalışmaları kapsamında sektörlerimizin ileriye yönelik projeksiyonlarında dünya ticaretindeki pazar payının esas alınması kararlaştırılmıştır.

Bu kapsamda, aşağıdaki tabloda, iyi senaryo beklentisi ile sektörlerimizin pazar payı öngörülleri yer almaktadır.

Tablo 251: Dünya Sektörel İhracatının Gelişimine Yönelik 2023 Tahmini

DEĞER / PAY	2008	2012	2013	2014	2015	2016	2023
HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	405,8	460,7	501,7	538,2	501,0	495,0	
TÜRKİYE'NİN PAYI %		3,4	3,4	3,4	3,3	3,4	4,2
TEKSTİL İHRACATI	229,7	267,2	280,7	278,7	256,2	244,6	
TÜRKİYE'NİN PAYI %		2,9	3,0	3,1	3,0	3,1	3,6
DERİ İHRACATI	178,2	230,5	254,1	267,0	249,4	242,2	
TÜRKİYE'NİN PAYI %		0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	1,0
HALI İHRACATI	6,5	14,8	15,9	16,3	14,8	14,6	
TÜRKİYE'NİN PAYI %		13,5	13,8	14,4	13,6	13,1	14,0

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi

3.2. On Birinci Kalkınma Planı (2023 Yılı) Hedefleri

Onuncu Kalkınma Planı dönemi olan 2012-2018 yıllarında, küresel ekonomide bir taraftan belirsizlikler ve istikrarsız politikaların hâkim olduğu, öte yandan ise teknolojik gelişmelerin oldukça hızla bir dönüşüm geçirdiği görülmektedir. Böyle bir ortamda, 2023'e kadarki On Birinci Kalkınma Planı perspektifi için ise, bir önceki dönemde işaret edilen

belirsizlik ve istikrarsızlık sürecinin hem teknoloji hem de siyaset, ekonomi, dış ticaret ve pazarlar alanlarında olmak üzere en üst seviyeye çıkacağı belirtilmektedir.

Bununla beraber, bu belirsizlik ve değişim döneminde en önemli husus tek bir cümle ile özetlenecek olursa; satış ve pazarlama alanında tüketici tercihlerini karşılayabilmenin olmazsa olmaz bir koşul haline geldiğini ve firmalar için tüketiciye en inovatif bir şekilde ulaşabilen firmaların farklılaşacağını ve rekabetçi hale gelebileceğini ifade edebiliriz.

Bu durum, açıkçası küresel rekabette şimdiye kadar görülen en fazla rekabet baskısının yaşanacağını ifade etmektedir. Zira firmalar hem üretim süreçlerini hem de satış ve pazarlama süreçlerini daha verimli hale getirmek durumunda kalırken, bir taraftan da tüketiciye en hızlı, en farklı ve en etkileyici bir şekilde ulaşabilmenin yolunu bulmak zorundadırlar.

On Birinci Kalkınma Planı perspektifi için sektörlerin dönüşümünü etkileyecek unsurlar aşağıdaki başlıklarda ifade edilebilir:

Küresel Ekonomik Koşullarda İstikrarsızlık ve Belirsizlik:

Küresel ekonomide ulusal politikaların radikal bir şekilde değiştiği ve ulusal çıkarların daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir. Son iki yıl öncesine kadar, büyük ekonomiler, Dünya Ticaret Örgütü'nün sunduğu ortak mekanizmaları göz ardı ederek ve bağımsız olarak ikili ve çok taraflı anlaşmalara yönelmişti. Ancak son bir yıl içinde bu sürecin de zayıfladığı ve korumacılık artışıyla birlikte gelişmiş ülkelerin yerel üretime yönelme politikasına geçiş yaptığı ve liberal politikalardan giderek uzaklaştığı söylenebilir. Brexit ile İngiltere'nin AB'den ayrılması, ABD Başkanı Trump'ın ani bir kararla Trans Pasifik Anlaşması'nı askıya alması örnek gösterilebilir.

Böyle bir ortamda sektörlerimiz için rekabetçilik koşullarını iyileştirmek daha da zor hale gelecektir, zira ortaya çıkabilecek potansiyel sorunların çözülmesi ancak politik ilişkilerin güçlendirilmesiyle mümkün olabilecektir.

Teknolojik Gelişmeler ve Sanayi 4.0:

Sanayi 4.0 ile başlayan yeni sanayi devrimi döneminde teknolojik gelişmelerin ve inovasyon sürecinin hız ve kapsamı çok geniştir. Bu sürecin sektörlerimize etkisi tahmin edilemeyecek bir düzeyde gelişebilir.

Teknolojik gelişmeler ve sanayi 4.0 sürecinin sektörlerimiz üzerindeki başlıca etkisini belirleyecek olursak, en büyük etki üretim süreçlerinde dijitalleşme ve verimlilik artışı olacaktır. Bu sürecin emek-yoğun sektörler olan sektörlerimizde öncelikli sonucu istihdam üzerinde olacaktır. Emeğe bağlı olmayan bir üretim sürecinin geliştirilmesiyle önceki yıllarda başlayan üretimin tekrar gelişmiş ülkelere kayması süreci hızlanacak ve bu sefer gelişmekte olan ülkelerin ihracatları üzerinde de etkiler ortaya çıkacaktır. İhracatta yaşanacak muhtemel gerileme, ihracata dayalı faaliyet gösteren lojistik sektörü gibi diğer sektörleri de etkileyecektir.

Küresel Tedarik Zincirinde Dijitalleşme ve Tüketiciye Ulaşma Kabiliyeti

Yine teknolojik gelişmelere bağlı olarak internet ve online tasarım ve tedarik, ayrıca pazarlama ve dağıtım kanallarında yaşanabilecek dijitalleşme süreci, firmalar için öncelikle gerekli altyapıyı geliştirme ihtiyacını ortaya çıkarırken, sonrasında bu dönüşüme uygun tedarik zincirini kurabilme ve tüketiciye en hızlı ve verimli bir şekilde ulaşabilme kabiliyetini geliştirme zorunluluğunu getirecektir. Dolayısıyla firmalar için ayakta kalabilmek ve dönüşüm sağlayarak daha rekabetçi hale gelebilmek için üretim süreçlerinin yanı sıra tedarik ve perakende alanlarında da yatırım yapma ihtiyacı oluşacaktır.

Bu çerçevede, On Birinci Kalkınma Planı döneminde sektörlerimizin gerekli altyapıyı kurabilmeleri ve dönüşüme hızlı adapte olabilmeleri, rakiplerinden ayrılarak küresel ticaretteki konumlarını güçlendirebilmeleri için hızlı bir şekilde gerekli yatırımları yapabilmeleri gerekmektedir. Bu süreçte kamu kurumlarının maddi desteğinin yanı sıra sektörümüzde faaliyet gösteren firmalara vizyon geliştirme ve bilinçlendirme açısından da destek sağlaması önemlidir.

3.3. Hedeflere Dönük Temel Amaç ve Politikalar

Sektörlerin kısa, orta ve uzun dönemli perspektiflerinin belirlenmesi ve buna yönelik eylem ve yol haritalarının hazırlanması amacıyla çeşitli sektörel kuruluşlarca strateji belgeleri hazırlanmış ve eylem maddeleri ortaya konulmuştur.

Bu belgeler;

- Türkiye İhracatçılar Meclisi öncülüğü yürütülen; 2023 İhracat Stratejisi (Sektörel kısımlarıyla)
- Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülen Tekstil, Konfeksiyon Deri Sektörleri Stratejisi (2015-2018)

- İHKİB tarafından Mc Kinsey firması analitik desteği ile hazırlattırılan Hazırgiyim Sektörü Vizyon Belgesi (Kısa, Orta, Uzun Dönem)
- TGSD tarafından hazırlanan Ufuk 2030: Hazırgiyim Sektörü İçin Yol Haritası

Söz konusu strateji belgelerinde ortaya çıkan hususlar tüm tekstil, hazır giyim, deri ve halı sektörleri için ileriye yönelik rekabette ipuçları vermektedir.

Buna göre İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), alanında öncü danışmanlık firmalarından olan McKinsey firmasının desteğiyle ve Ekonomi Bakanlığı ile koordineli olarak bir rapor hazırlatmış ve hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe önümüzdeki yıllarda daha rekabetçi olmanın zeminin hazırlayan bir yol haritası çıkartmıştır.

Anılan raporda öncelikle son dönemde hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde etkili olan eğilimler tespit edilmiştir. Buna göre,

- Lif üretiminden başlayıp perakende satışına kadar uzanan hazır giyim ve konfeksiyon tedarik zincirinde en yüksek katma değer son aşama olan perakende ve/veya toptan satış alanındadır.
- Küresel hazır giyim ve konfeksiyon pazarı yaşanan kriz dönemlerine rağmen sürekli bir büyüme eğilimindedir. Ancak büyüme hızının Asya-Pasifik ülkelerinde çok daha yüksek olduğu göze çarpmaktadır.
- Ürün grupları bazında kadın ve erkek giyimde oluşan doygunluğun belirli alt ürünlerde henüz yaşanmadığı, bu açıdan çocuk ve bebek giyim pazarının önümüzdeki dönemde çok daha hızlı büyüyeceği öngörülmektedir.
- Pazarda büyük firmaların sayısının diğer sektörlerle göre daha az olduğu görülmekte ve daha agresif bir piyasa olan hazır giyim ve konfeksiyon pazarında tedarikçilerin sayısının satış kanalı, tüketiciye ulaşma, verimlilik, kalite ve fiyat gibi birçok etkene bağlı olarak yüksek kalmaya devam edeceği söylenebilir.
- İnternette satış tüm satış kanallarına göre son yıllarda daha hızlı bir artış sağlamıştır. Bu çerçevede interneti kullanarak tüketiciye en etkili sunuşu yapan firmaların öne çıkacağı öngörülmektedir.
- Tedarikçi olarak Çin'in etkinliğinin azalmasına karşın Asya ülkeleri halen önemini korumaktadır, ancak teknolojik gelişmeler ve altyapı, üretime yönelmeyi son dönemde daha fazla düşünen batılı ülkelerin birer üretici olarak

yeniden dönmesine ve tedarik zincirinin mevcut yapısını bozmasına neden olabilecektir.

- İthalatçı olarak AB ülkeleri ve ABD, halen daha en büyük pazarlardır. Dolayısıyla bu ülkelerde ve Türkiye içinse özel olarak AB pazarında kaydedilecek muhtemel pay artışları, önemli ihracat artış oranları olarak geri dönecektir. Bu ülkeler halen daha ihracat pazarları olarak önemini korumaktadır.

Bu tespitlerin ardından, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün rekabetçiliğini özetleyen ve gelecek planlama dönemi için ışık tutacak en önemli tespit ise, sektörümüzün ihracat artışı kaydetmesine karşın küresel ticaretin artış hızına göre daha yavaş bir ihracat artışı kaydetmiş olması ve dolayısıyla dünya pazarındaki payında nispeten gerileme yaşamış olmasıdır.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörümüzün ülkemiz ekonomisindeki konumu ve önemi dikkate alındığında, yukarıda yapılan tespitin önemi daha net anlaşılacaktır. Bu çerçevede, sektörümüzün On Birinci Kalkınma Planı kapsamında daha fazla desteklenmesi gerektiği ortaya çıkacaktır.

Daha genel bir yaklaşımla, hızlı tedarik ve hızlı moda açısından dünya çapında rakibi olmayan ülkemizin küresel rekabette en büyük dezavantajı olan üretim maliyetlerine yönelik On Birinci Kalkınma Planı çerçevesinde yapılacak her türlü girişim ve çaba, hazır giyim ve konfeksiyon sektörümüzün rekabetçiliğini olumlu etkileyecektir.

Sektörümüzün üzerine düşen ise katma değer artışı, verimlilik artışı, doğru planlama ve yönetim ile küresel tedarik zincirinde bir üst seviye çıkmak için gerekli projeleri geliştirmek ve devlet desteği ile önümüzdeki dönemde dünyadaki en rekabetçi üç sektör arasına girme vizyonunu hayata geçirmektir.

Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için orta ve uzun vadede 6 stratejik hamle ile kimsenin oynamadığı bir oyunun oynanıp küresel ticarete istenilen rekabetçilik ve ihracat artışı sağlanabilir. Bu 6 stratejik hamle şunlardır:

- **En dijital tedarik zinciri:** Üreticilerin dijitalleşmeye ciddi yatırım yaparak Türkiye'yi “en dijital tedarik zinciri” konumuna taşıması ve bu sayede küresel alım gruplarıyla stratejik iş birliklerini arttırmak.

- **Küresel ilk 100’de 5 Türk markası:** Küresel marka olma potansiyeli yüksek Türk markalarına yatırım yapılarak dünyada ilk 100’deki Türk markalarının sayısının 5’e çıkarılması ve böylece perakendeden ihracatı geliştirmek.
- **Verimlilikte öncü üretici:** Üreticilerin verimliliği arttırmaya odaklı yatırımlar yaparak birim maliyetlerde düşüş sağlaması ve böylece orta fiyat seviyelerinde rekabet gücümüzü arttırmak.
- **Hızlı moda tasarımı ve katma değerli ürünlerde öncü:** Hızlı moda tasarımı ve katma değeri yüksek ürün üretme yetkinliklerimizin arttırılarak bu konuda en çok bilinen ilk 5 ülke arasına girmek.
- **“Made fully in Turkey”:** Hazırgiyim değer zincirinin tüm alanlarında oynama yeteneğine sahip bir oyuncu olarak rekabetçi bir “made fully in Turkey” markası yaratmak ve böylece yakın mesafe içinde üretimin çevresel avantajlarından faydalanarak “en çevreci üretici” olarak bilinmek.
- **Perakende değer zincirindeki oyun alanımızı genişletmek:** Özellikle Avrupa pazarında çok markalı ya da markasız perakende mağazaları ile kuvvetli iş birlikleri kurarak Türkiye’den tedarik yapan hazır giyim toptancıları yaratmak.

İHKİB tarafından hazırlatılan yol haritasının yanı sıra Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) tarafından 2003 yılından itibaren sektörümüze kazandırılan yol haritası çalışmasının sonuncusu olan Ufuk 2030 belgesinde ise hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe önümüzdeki dönemler için etkili olacak eğilimler aşağıdaki gibi özetlenmiştir.

- Nüfus ve demografi açısından, orta yaş grubunda kalabalıklaşma eğilimi ve kentleşme oranındaki artış, tüketicilerin taleplerini etkileyecektir.
- Orta sınıf hem hacim olarak hem de gelir artışı açısından önemini arttırmaktadır.
- İklim değişikliği ve sürdürülebilir kaynaklara ulaşım üretimde öncelikli kaygılar haline gelecektir.
- Hammadde açısından pamuğun kullanım oranı sentetik elyafa ve özellikle poliestere göre gerilerken, geri dönüşüm ve çevre konuları öne çıkmaya devam etmektedir.
- Teknolojik ilerlemeler ve sanayi 4.0, insan emeğine dayalı bir sektör olan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün de üretim altyapısını ve istihdam ihtiyacını topyekûn değiştirebilecek niteliktedir.
- Ülkeler arası ticaret düzenlemeleri ve iş birlikleri etkisini arttırmaktadır.

- Satış kanalları ve dijital platformların geliştirilmesi, küresel tedarik zincirini dönüştürecek niteliktedir.
- Tedarikte fiyat baskısı yerine kalite baskısı öne çıkmaktadır.
- Düşük maliyetli üretim merkezi arayışı devam etmekte olup, Afrika bölgesindeki ülkeler de bu anlamda değerlendirilmektedir. Öte yandan yan sanayi ve üretim altyapısının geliştirilmesi, yeni üretim merkezlerinin ortaya çıkışında etkili olmaktadır.

Bu tespitlerin ardından yeni dönemde firmalar için muhtemel oluşacak koşulların ve alıcıların beklentilerinin irdelendiği yol haritasında Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için aşağıdaki stratejik hedefler belirlenmiştir.

- **Nitelikli Tedarikçi:** Akıllı, sürdürülebilir, yenilikçi hızlı moda tedarikçisi
- **Bölgesel Markalar:** Yenilikçi, inovatif, özgün tasarım ve koleksiyonlara dayalı erişilebilir bölgesel markaları ile ihracat
- **Organizatör Ülke:** Yenilikçi ürünler ile müşteri ihtiyaçlarını karşılayan organizasyon ve pazarlama hizmetleri

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için ortaya çıkan tespitler ve önerileri, esasen doğrudan tüketiciye yönelik ürün üreten deri ürünleri, halı, ev tekstili ürünleri ve ayakkabı için de geçerlidir.

Daha çok bu sektörlere yönelik hammadde ve girdi üreten tekstil ve hammaddeleri sektöründe ise aşağıdaki şekilde ileriye yönelik sektörün temel hedefi; stratejik hammadde yatırımlarını tamamlamış, gerçek teknik tekstil üretici bir ülke olmak şeklinde belirlenmiş olup buna yönelik alt başlıklar aşağıdadır:

- Mevcut üretim altyapısını, teknolojik olarak yenileyerek konvansiyonel tekstillerde rekabet gücünü artırmak
- İşgücü kalitesini yükseltip çevre dostu yatırımlarla verimlilik odaklı hale gelmek
- Teknik tekstiller alanında üretim ve ihracat artışı sağlayarak dünyada lider ülkeler arasında yer almak,
- Özel elyaf ve yüksek teknoloji iplikler üreterek teknik tekstiller için malzeme altyapısını güçlendirmek ve böylelikle ihracatta da katma değeri arttırmak, (Bu anlamda teknik tekstiller yönüyle sektörün gelişmesi için viskon ve polyester yatırımlarının yapılması önem arz etmektedir)

3.4. Temel Amaç ve Politikalara Dönük Uygulama Stratejileri ve Tedbirler

3.4.1. Mevzuat Alanında Yapılması Gereken Düzenlemeler

Sorun Alanı
Teşvik Kapsamının Sektörel İhtiyaca Göre Belirlenmemesi
Nedenler & Açıklama
Teşvikler yapısal olarak ve uygulama alanları bakımından zamanın ve sektörlerin gerekliliklerine uygun cevap verememektedir. Özellikle yüksek teknoloji yatırım teşviklerinde, teşvik verilebilecek alanların iyi tespit edilmediği düşünülmektedir. Bununla birlikte Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine yapılan bölgesel teşviklerin istihdamı ve yatırımı beklendiği ölçüde arttırmadığı belirtilmiştir. Teşvikli bölgelerde sanayi kültürünün eksikliği / güvenlik sorunu bunun nedenlerindendir.
Öneriler
Teşvik verilebilecek alanların tespitinde katma değerli ürün üretimi göz önünde bulundurularak karar verilmesi gerektiği belirtilmiş; özellikle yüksek teknoloji ürünlerinin tespitinde çağın gerekleri ve ürün niteliklerinin göz önünde tutulmasının önemli olduğu bildirilmiştir. Sektörlerin yapıları da dikkate alınarak her sektörün ihtiyacına ve özelliğine uygun teşvikler düşünülmeli ve sunulmalıdır. Yeterli yatırımın olduğu alanlarda yatırım teşvik belgesi düzenlenmemelidir. Bölgesel teşviklerin verilmesi sırasında potansiyeli olan Bursa ve Uşak gibi üretimin yoğun olarak gerçekleştiği bölgelerin de dikkate alınması gerekmektedir. Ayrıca enerji ve su verimliliğini arttırmak üzere bu konularla ilgili teşviklerin arttırılarak sektörün bu alana yönlendirilmesi gerekmektedir.

Sorun Alanı**Yatırım Teşviklerinde Devamlılık****Nedenler & Açıklama**

Uygulanan yatırım teşvik sistemlerinde sürekli değişiklikler yaşanmakta ve sektörlerle yaklaşımı dönemsel olarak değişiklik göstermektedir. B nedenle sektörlerle sunulan teşvik ve desteklerde devamlılık olmadığından yatırımcı firmalarda da yatırım iştahı açısından caydırıcılık yaşanmakta, sürekli bir değişiklik beklentisi olmaktadır.

Öneriler

Devletin sektörlerle yönelik istikrarlı bir yaklaşımla ve uzun dönemli sanayi planlamaları dahilinde teşvik sistemleri oluşturması gerekmektedir. Devlet her sektörü ya da her yatırımı teşvik etmemeli, stratejik hedeflere bağlı bir teşvik sistemi olmalıdır.

Sorun Alanı**KOBİ'lerin Teşviklere Erişimdeki Sıkıntıları****Nedenler & Açıklama**

Teşviklere erişim konusunda köklü ve büyük çaptaki firmalar herhangi bir sorun yaşamazken, KOBİ sınıfındaki firmalar teşviklerden gerektiği gibi yararlanamamaktadır

Öneriler

KOBİ'lerin teşviklere erişimini sağlamak için kolaylaştırıcı hamlelerin belirlenmesi ve KOBİ'lerin konuyla ilgili olarak daha detaylı olarak bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Sorun Alanı**Mevcut Yatırımların Modernizasyonunun Bulunduğu Yerde Desteklenmesi İhtiyacı, Türkiye’de Tekstil Makinası Üretimi Konusunun Değerlendirilmesi****Nedenler & Açıklama**

Türk tekstil, konfeksiyon, deri ve halı sektörleri güçlü ve rekabetçi bir makine altyapısına sahip olmakla birlikte yeni teknolojik gelişmeler paralelinde modernizasyon ihtiyacı bulunmaktadır.

Öneriler

Mevcut yatırımlarda eskiyen makinelerinin yenilenmesi ve modernizasyonu konusunda destek sistemi oluşturulmalıdır. Bunun yanında, tekstil makineleri üretimi konusunda devletin seçeceği makine üreticileri ve üniversitelerin çalışması konusu önerilmiştir.

Sorun Alanı

Teknoloji, otomasyon, sanayi 4.0 ve dijitalleşme alanında devlet teşviklerinin yoğunlaştırılması ve devletin bu konuda öncü olması ihtiyacı

Nedenler & Açıklama

Teknoloji, otomasyon, sanayi 4.0 ve dijitalleşmenin yoğun olarak konuşulduğu bir dönemde bu alanda firmaların yatırım yapmak üzere yönlendirilmesi ve bu alana özel teşvik sistemleri oluşturulması istenmektedir.

Öneriler

Sektörlerin sanayi 4.0, otomasyon ve dijitalleşme sürecinin hızlandırılmasına da katkıda bulunabilecek şekilde destek mekanizmaları oluşturulmalıdır. Hazırgiyimi tekstil, deri ve halı sektörleri tedarik zincirlerine özel dijitalleşme stratejisi oluşturulmalı ve yazılım geliştirilmeli (IT for Fashion gibi) ve bu sisteme sektörün aşamalı geçişi sağlanmalıdır. Teknoloji ve yazılım konularında verilecek olan teşviklerin boşa kullanımını önlemek amacıyla danışmanlık desteği yerine belli bir bütçe belirlenerek belli sayıda ve kıstasta bir kısıtlama yapılarak ya da yazılım türlerinin listelenmesi yoluyla yapılması önerilmiştir.

Sorun Alanı

Tekstil terbiye teknolojisinin geliştirilmesi

Nedenler & Açıklama

Türkiye’de tekstil terbiye teknolojisiyle ilgili gelişmelerin takibi ve uygulamasıyla ilgili çalışmalar yeterli düzeyde değildir. Gelişmişlik düzeyi daha düşük olan ülkeler bu yatırımlara önem vererek ön plana çıkmaktadır. Hızlı modanın ihtiyacı olan hızlı ve modern kumaşın bu şekilde temin edilmesi hem hazır giyim hem de tekstil sektörleri için oldukça önemlidir.

Öneriler

Türkiye’nin sektörel anlamda daha iyi bir pozisyona gelebilmesi için tekstil terbiye teknolojisi alanındaki gelişmeleri takip ederek uygulaması gerekmektedir. Hızlı modanın ihtiyacı olan hızlı ve modern kumaşın bu şekilde temin edilmesi hem hazır giyim hem de tekstil sektörleri için önemli bir yere sahiptir.

Sorun Alanı

Sektörün rekabetçiliğinin Ar-Ge Odaklı Geliştirme İhtiyacı, Ar-Ge Destekleri ve Ar-Ge Merkezleri ile İlgili Sorunlar

Nedenler & Açıklama

- Ar-Ge destekleri, sanayiinin uzun dönemli rekabetçi yapısı açısından büyük önem taşımaktadır. Ar-Ge Merkezi teşviklerinden yararlanan bazı firmaların yeterli altyapıya sahip olmayabildikleri ve bu konuda yeterince denetim olmadığı, bu nedenle Ar-Ge merkezlerinin sayısı artışta gözüke bile bu artış kontrollü ve istenen özelliklere sahip bir artış olmadığı belirtilmektedir.
- Yetersiz girişimler
- Bilgi eksiklikleri
- Uzun vadeli hareket edememe
- Ar-Ge kültürünün bulunmayışı
- Ar-Ge, Ür-Ge maliyetlerinin yüksekliği / riski
- Bilgi ve teknolojinin yeterince ve hızlı transfer edilememesi
- Ekonomik gücün yetersizliği
- Ar-Ge desteklerinden faydalanamama / kapsamın dar olması
- Ar-ge kapasitenin organize olamaması, koordinasyonsuzluk, ortaklıkların bulunmaması
- Üniversite-sanayi iş birliğindeki yetersizlikler

Öneriler

- Alt yapısal anlamda Ar-Ge merkezi olmak için yeterli donanımına sahip olmayan firmaların devlet tarafından gerekli denetimler sağlanarak tespit edilmesi ve gerekli şartları sağlayabilecek düzeye getirilmeleri sağlanmalıdır.
- Dolayısıyla bugüne kadar oluşturulan Ar-Ge merkezi altyapısı değerlendirilmelidir. Yeterli alt yapıya sahip olan firmaların Ar-Ge merkezi kurmaya yönlendirilmesi sağlanmalıdır.
- Ekonomi Bakanlığı Ar-Ge teşviklerinin yanı sıra Ür-Ge teşviklerinin de sektörlerin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak istenilen seviyeye getirmelidir, Ür-Ge desteklerinde tasarım destekleri modelinin kullanabileceği düşünülmektedir.
- Ar-Ge tanımının da sanayinin ihtiyaçları ve mevcut gelişmeler göz önüne alınarak yeniden değerlendirilmesi istenmektedir.
- Ayrıca Ar-Ge çalışmalarıyla ilgili Ar-Ge Proje Pazarı alanında iyi uygulama

örneklerinin ilgili taraflarla paylaşılarak kamuoyu ilgisinin yaratılması gerekmektedir.

- Ayrıca Ar-Ge odaklı girişimciliğin yaygınlaştırılması amacıyla, sanayi tarafından desteklenen çoklu modellerin oluşturulma ihtiyacı vurgulanmıştır (Örneğin TİN İnosuit projesi gibi).
- Bağımsız Ar-Ge merkezleri yerine üniversite bünyelerine entegre Ar-Ge merkezi oluşturulması da öneriler arasındadır.
- Ar-Ge'nin geliştirilmesi amacıyla bölge ihtiyaçlarına uygun proje çağrılarının çıkılarak desteklenmesi önem taşımaktadır.
- Ar-Ge desteklerinin ve bilimsel altyapı projelerinin bilgi ve teknoloji üretme kabiliyetine göre düzenlenmesi (üniversitelerde uluslararası yayın/ patent sayısı / atıf sayısı / sanayiye yönelik proje sayısı)
- Patent almanın teşvik edilmesi (patent alınması halinde ekstra desteklemenin yapılması, patent alımının kolaylaştırılması)
- Üniversite işbirliği ile yürütülen projelere daha yüksek destek sağlanması
- Sanayinin üniversite altyapısını daha çok kullanmasının sağlanması
- Başarı hikâyelerinin ortaya çıkarılarak sektörle paylaşılması
- Sektör tarafından kurulan Ar-Ge ve tasarım merkezlerinin yeniden organize edilerek desteklenmesi
- Kuluçka merkezleri ve teknoparkların daha etkin kullanılması
- Yurtdışından teknoloji ve know-how transferine yönelik destek mekanizmalarının geliştirilmesi

Sorun Alanı

Teknoyatırım desteklerinde ARGE tanımının sektörlerimizi kapsamaması

Nedenler & Açıklama

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın genellikle savunma ve bilişim sektörleri tarafından kullanılan Teknoyatırım desteklerinin Ar-Ge tanımındaki kısıtlama nedeniyle hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörleri özelinde kullanımı sağlanamamaktadır.

Öneriler

Her sektörün teknolojik altyapısı ve isteği değiştiği için, Ar-Ge tanımının da sektörlerle özgü olarak yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu şekilde sektörel olarak yatırım desteğinin alınabileceği noktalar tespit edilebilecek ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın Teknoyatırım projelerinden daha geniş çapta yararlanılabilecektir.

Sorun Alanı

Teknik tekstil ürünlerinin geliştirilmesi amacıyla özel elyaf ve iplik yatırımları rüzgar enerjisi gibi stratejik olarak desteklenmesi ihtiyacı, suni sentetik iplik ve elyaf yatırımlarının desteklenmesi

Nedenler & Açıklama

Bilgi yoğun bir yapıya sahip olmayı gerektiren ve Avrupa ülkelerinde yoğun olarak üretilen teknik tekstillerin Türkiye’de 2017 yılı ilk 11 aylık ihracat değeri 1,4 milyar \$ olarak gözükmemektedir. Ancak bu rakamın içerisinde ileri teknoloji üretimine konu ürünlerin değeri 600 milyon \$ seviyesindedir. Teknik tekstil ürünlerin geliştirilebilmesine yönelik hammadde yatırımlarının stratejik yatırım gibi desteklenmesi büyük önem taşımaktadır.

Öneriler

Teknik tekstil ürünlerinin üretimi ve geliştirilmesine yönelik olarak devlet tarafından etkili teşviklerin planlanması ve sektöre sunulması önerilmiştir. Teknik tekstiller konusunda Türkiye de bilgi yoğun bir yapıya dönüşerek bu ürünlerin ihracat değerini arttırmalıdır. Bunun için gelecekte üretim için buna yönelik özel elyaf ve iplik yatırımlarının stratejik yatırımlar gibi desteklenmesi istenmektedir. Ayrıca teknik tekstil üretimini geliştirmek amacıyla suni-sentetik elyaf ve iplik yatırımlarının destek kapsamına alınması

Sorun Alanı

Yatırım Teşviklerinin Sadece Yeni Makine İle Yapılan Yatırımlara Verilmesi

Nedenler & Açıklama

5. ve 6. Bölgelerde yapılan yeni yatırımlarda kullanılacak yeni makinaların neredeyse tamamı ithaldir. Bu durum cari açığı artırıcı etkide bulunmaktadır.

Öneriler

Yatırım teşvikleri kapsamında %50 oranında kullanılmış makina kullanılarak yapılan yatırımların teşviklerden yararlandırılması istenmektedir.

Sorun Alanı

İşletmeleri büyümeye sevk edecek özel teşviklerin olmaması

Nedenler & Açıklama

Uluslararası rekabette işletmelerin KOBİ ölçeğinde olması hareket kabiliyetini azaltmakta bu da yoğun rekabet ortamında yeterince pay almalarını engellemektedir. Sektörlerin dünya ölçeğinde daha rekabetçi olabilmeleri amacıyla yapısal olarak güçlendirilmeleri gerekmektedir.

Öneriler

İşletmelerin büyüdükçe yapısal olarak önlerindeki engellerin kaldırıldığı ve maliyetlerinin azaldığı bir yapıda çalışması sağlanmalıdır. Bunun “Nitelikli Üretici İhracatçı Sertifikası” sistemi ile sağlanabileceği düşünülmektedir. “Nitelikli Sanayi Sertifikasyon Sistemi” sektör üretici ve ihracatçı firmalarının belirli kriterlere göre gruplandırılarak performanslarına bağlı olarak kamu tarafından yürütülen gümrükleme, KDV iadesi, DİR, Devlet yardımları vb. çeşitli kamu hizmetlerinden avantajlı olarak yararlandırılmaları ve böylelikle sektörün sürükleyici gücü olan firmalarımızın uluslararası rekabette önünün açılmasını amaçlamaktadır. Bunun için ihracat, üretim, istihdam vb. büyüklükler ile tasarım altyapısı, ihracat birim fiyatı (katma değer) ve koleksiyon sıklığı gibi yenilikçilik potansiyeli ve kalite (kurumsallaşma) ile sosyal standartlara ilişkin veriler çerçevesinde oluşturulan kriterlere göre firmaları kategorilere ayırarak performanslarının belirlenmesi mümkün bulunmaktadır.

3.4.2. Kurumsal Yapıyı İyileştirmeye Yönelik Düzenlemeler

Sorun Alanı:

Ekonomi politikalarının yeterince üretim odaklı olmaması

Nedenler & Açıklama

- a. Reel sektörü ilgilendiren konularda kamunun koyduğu kurallarda öngörülebilirliğin eksikliği
- b. İstikrarlı döviz kuru ve makro ekonomik uygulamalar
- c. Dolaylı vergilerin yüksekliği
- d. Yatırım ve ara mallarında ithalata olan bağımlılık

Öneriler

- a. Kamu politikalarında öngörülebilirlik ve devamlılığın sağlanması
- b. Karar mekanizmalarında etkinliğin sağlanması için özel sektör ile iş birliği ve bilgi paylaşımının artırılması
- c. Kıt kaynaklar konusunda kamuoyunun bilinçlendirilmesi
- d. Yerli kaynakları daha çok kullanan (emek, tarım bağlantısı güçlü), ihracat ağırlıklı sektörlerin özel olarak desteklenmesi
- e. Eximbank'ın ihracatın belli oranına kadar teminatsız kredi kullanılabilmesi Kredi Garanti Fonu'ndan (KGF) ihracat cirosunun %10'na kadar teminatsız kefalet verilmesi
- f. Başta para politikası olmak üzere ekonomi politikasının “ihracata dayalı büyüme” modeline göre yeniden tasarlanması ve rekabetçi/istikrarlı kur politikasının uygulanması
- g. Kur riskine karşı araçlar üzerindeki vergi vb. yüklerin kaldırılması, işlem maliyetlerinin rekabetçi düzeye getirilmesi
- h. Daha adil bir vergilendirmenin sağlanması
- i. Kamu alımlarında yerli ürünlere öncelik verilmesi

Sorun Alanı:**Organizasyon altyapısının sektör bazında güçlendirilmesi****Nedenler & Açıklama**

- a. Ülke içinde dağılmış imalat yapısı
- b. Yan sanayiinin yeterince gelişmiş olmaması
- c. Küçük ölçekli işletme yapısı ve buna bağlı sermaye yetersizliği
- d. Fuar altyapısının yetersizliği

Öneriler

1. Sektöre ilişkin uzun vadeli vizyon ve politikaların 2023 hedefleri çerçevesinde üretim, eğitim, idari yapıların yeniden tasarlanacak şekilde ortaya konması
 - a. Küresel krizlere karşı dayanıklı, sürdürülebilir bir üretim stratejisinin benimsenmesi
 - b. En az 10 yıllık bir planla mevcut üretim bölgelerinin kümelenme kapsamında geliştirilmesi ve organize hale getirilmesi
 - c. (Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin işlevlerinin artırılması amacıyla statülerinde değişiklik yapılması
2. Fuarçılık altyapısının ve organizasyonların geliştirilmesi
3. İstanbul Fashion Week gibi yurt içi organizasyonların desteklenmesi

Sorun Alanı:**Sektörde güvensizlik ve moral bozukluğu****Nedenler & Açıklama**

- a. Kamunun sektörü dikkatli inceleyip algılamamış olması
- b. Sektörün ekonomik verilerde görece geriye gitmesi

Öneriler

- a. Sektörün 2023 vizyonuna uygun dönüşüm sürecini yönetebilecek motivasyonun sağlanması, kamu kurumlarının buna katkı vermesi
- b. Sektörün ekonomiye katkıları da dikkate alınarak stratejik önemine uygun yaklaşım geliştirilmesi
- c. Devlet ve özel sektör iş birliğiyle sektörün imajının gözden geçirilerek cazibesinin artırılması / sektöre güvenin artırılması

Sorun Alanı:**Moda tasarımı alanındaki yetersizlikler****Nedenler & Açıklama**

- Sektörün hızlı moda kabiliyetine uygun hızlı moda tasarımcısı eksikliği
- Mevcut eğitim sisteminde yetişen tasarımcıların ticari tasarım yapmakta yetersiz kalması
- İplik / kumaş tasarımındaki yetersizlikler

Öneriler

- Hızlı moda tasarımcılarının yetiştirilmesi amacıyla gereken altyapının kurulması ve desteklenmesi
- Tasarımcılarla ortak koleksiyon oluşturulup pazarlanmasını teşvik edecek desteklerin sağlanması
- Tasarım öğrencilerine yurt dışında en az iki yıl eğitim imkanının sağlanması
- Tasarım öğrencilerinin Avrupa ve Amerika pazarlarını, eğilimlerini, kültürünü iyi etüt ederek vizyonlarını geliştirmesi
- Tasarım destekleri ile aynı modelde Ür-Ge desteklerinin verilmesi
- Moda tasarımcısı eğitiminde kalitenin artırılması
- Marka ve tasarım haklarının korunmasında etkinlik ve firmalara korunma desteği sağlanması

Sorun Alanı**Deri Sektöründe Üretim Yerlerinin Yetersizliği, Yatırım Teşvik Düzenlemeleri ve Uygulamaları Sektörel İhtiyaçları Karşılamaması****Nedenler & Açıklama**

- Deri sektörünün yoğun olarak dağınık KOBİ'lerden oluşan yapısı sektörün en büyük sorunlarından biri olarak gözükmektedir. Deri sektörünün atık ve arıtma sistemleri gibi bir fiziki altyapı ihtiyacı olmasına rağmen halen daha yerleşim yerlerinin içinde faaliyet göstermektedirler.
- Deri işleme (tabakhane) sektörünün yer değiştirmesi imkânsızdır. Münferit yer değiştirmek isteyen ve OSB bünyesinde olmak istemeyen işletme kendin arıtma tesisini kurmak zorundadır. Ya da taşınmak istediği OSB'de arıtma tesisi bulunmalıdır.

Öneriler

- Sektörel büyüme “Kümelenme” politikaları çerçevesinde olmalıdır. Ancak bu politika endüstriyel yığılma politikası ile karıştırılmamalıdır. Yani kümelenme sadece işletmeleri organize bir alana toplamak olarak değerlendirilmemelidir. Kümelenmenin kendine has rekabet artırıcı araç ve unsurları vardır ve bu unsurlar etkin bir şekilde irdelenip uygulanmalıdır. Devlet desteklerinin de yine bu çerçevede olması sağlanmalıdır.
- Deri işleme sektörü kesinlikle yerinde desteklenmelidir. Zaten hemen hepsi çok yakın zamanda yer değiştirerek OSB bünyesine taşınmış, arıtma tesisi kurmuş ve aktif olarak çalıştırmaktadır. Arıtma tesisleri hem yatırım hem de işletme maliyetleri açısından maliyeti yüksek tesislerdir. Bu nedenle deri işleme sektörünün yatırım ve teşvik uygulamaları kapsamında yer değiştirmesi imkânsızdır.

Sorun Alanı

Deri ve Özellikle Ayakkabı Sektöründe Ölçek Sorunu ve Endüstriyel Üretim

Nedenler & Açıklama

Deri ürünleri, saraciye ve ayakkabı firmalarının küçük ölçekli firmalardan oluşması nedeniyle global rekabette ve müşterilerin taleplerini yerine getirmede sorunlar yaşamaktadır. Özellikle ayakkabı sektöründe henüz global bir marka bulunmamaktadır. Mağazacılıkla ilgili herhangi bir tecrübesi olmayan firmalar, doğrudan alışveriş merkezlerinde faaliyet göstermeye başladığında adaptasyon ve maliyet sorunu yaşayıp başarısız olmaktadır. Küçük ölçekli firmalar büyük üreticilerin taleplerine cevap vermekte de yetersiz kalmaktadır.

Öneriler

Çin’de uygulanmış olan yerel-sektörel kümelenme yapılanmasının bir benzerinin uygulanmasıyla küçük ölçekteki markaların halka doğrudan satış yapabilecekleri bir alışveriş merkezi kurulabilecek ve böylece markalar mağazacılık tecrübesini kazanabilecektir. Bu modelden gelişecek markaların global ölçekte tanınırlığı konusunda da çalışmalar yapılmalıdır. Küçük ölçekli firmaların büyük üreticilerin taleplerine kendi ölçeklerinde yanıt vermeleri zor olabileceği için, birleşmek isteyen bu firmaların devlet tarafından teşvik edilmesi gereklidir. Ayrıca üretim ve pazarlama safhasında firmaların yapısal anlamda güçlendirilmesi ya da birlikte hareket edebilmesi için mobilitesi yüksek yapılar oluşturulmalıdır.

Sorun Alanı**Ham Derinin İşlenmeden İhraç Edilmesinin Önlenmesi****Nedenler & Açıklama**

Ham deri sektöründeki vadeli satış düzeni nedeniyle ham deri üreticileri ürünleri işleyip satmak yerine ihraç etme yolunu tercih etmektedir. Bu nedenle işlenerek daha değerli şekilde satılabilecek olan ham deri ürünleri ihraç edilmektedir.

Öneriler

Ham deriyle ilgili diğer ülkelerde uygulanan önlemlere benzer şekilde ham deri ihracatının engellenmesi ve işlenerek ihraç edilmesinin de teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu sayede 40 milyar \$ seviyesinde bulunan ham deri ihracatından işlenmesi yoluyla 80-85 milyar 4 arası bir ihracat geliri elde edilebilecektir.

Sorun Alanı**Ham Deri Temininde Kalite Sorunu****Nedenler & Açıklama**

Hayvancılıkla iç içe olan deri sektöründe hammadde olan büyükbaş hayvan derisiyle ilgili olarak, büyükbaş hayvan kesiminin 3,7 milyon ile %60'a yakını yurt içinden 2,5 milyon ile %40'a yakını da yurt dışından sağlanmaktadır. Ancak hammadde kalitesine bakıldığında burada elde edilen hammaddenin %50'sinin düşük, %30'unun orta ve %20'sinin düşük kaliteli olduğu görülmektedir.

Ayrıca deri sektöründe uygulanan tevkifat uygulaması hayvan sahiplerini sistemin dışına itmektedir.

Öneriler

- Sektörün Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile koordine halde ve hammadde kalitesinin artırılmasına yönelik çalışması gerekmektedir. Uygulanacak ve hazırlanacak olan politikaların tutarlı bir şekilde hazırlanması önerilmiştir.
- Başarılı bir deri sektörü için mevcut kalite piramidinin tersine çevrilmesi gerekmektedir. Kesim, yüzüm, koruma hatalarının en asgari seviyelere indirgenmesi, mezbaha ve kombina çalışanlarının ham derinin çok değerli bir ekonomik değer olduğu konusunda bilinçlendirilmesi önemli adımlardandır. Son olarak dişi hayvan kesimi mutlaka önlenmelidir. Hayvan varlığının artırılması dişi hayvan varlığına sıkı sıkıya bağlıdır.
- Hayvan sahiplerinin sistem dışına itildiği ve zorluklar yaşanan tevkifat uygulamasının sektör üzerinden kaldırılması talep edilmiştir.

3.4.3. İnsan Kaynakları Alanında Yapılması Gerekenler

Sorun Alanı:

Esnek Çalışma Koşullarının Olmaması

Nedenler & Açıklama

Esnek çalışma koşullarına yönelik mevzuattaki kısıtlamalar ve sektörlere uygun olmayan yapı nedeniyle istihdamdaki kadın çalışan sayısının olması gerekenden daha az olduğu tespit edilmiştir.

Öneriler

Sektörlerin çalışma yapısına uygun olacak şekilde saatlik ya da günlük işçi çalıştırabilme seçeneği ile esnek çalışma sisteminin tekrardan gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Sorun Alanı:

Kayıt Dışılık ve Buna Bağlı Haksız Rekabet

Nedenler & Açıklama

Sektörlerdeki kayıt dışı çalışma oranı yapılan çalışmalara rağmen özellikle işveren üzerindeki maliyetler nedeniyle azalmamaktadır.

- Vergi sisteminin karmaşıklığı ve zorluğu
- İdari kuralların zorluğu
- İşsizlik sigortası
- Sağlık güvencesi sağlanması sebebiyle kayıt dışı çalışma yönünde oluşan talep

Öneriler

Kayıt dışı oranının azaltılması için hem sektörel iç denetimin sağlanması hem de Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile birlikte bu konuda birlikte öneriler geliştirilmesi sağlanmalıdır. Kayıt dışı oranının azaltılması için ayrıca işveren üzerindeki işgücü maliyetlerinin azaltılması yoluna gidilmelidir.

- Vergi sisteminin gözden geçirilmesi / basitleştirilmesi
- İş ortamını iyileştirmeye yönelik çalışmaların hızla tamamlanması
- İstihdam dışı sosyal güvenlik sisteminin ve sosyal yardımların gözden geçirilmesi / kontrol ve denetim sağlanması
- E-devlet uygulama alanlarının genişletilerek bürokratik işlemlerin daha hızlı ve akıcı olması
- Çalışana ücretin brüt ödenmesinin sağlanarak kayıt dışılığın azaltılması

Sorun Alanı:

Eğitim / Yetiştirilmiş İnsan Gücü / Nitelikli Eleman Sıkıntısı

Nedenler & Açıklama

- a. Nitelikli elemanların erken emekli olarak sektörden ayrılması ve bunların yerinin doldurulamaması
- b. Münhasıran deri sektörüne yönelik nitelikli ara elemanın yetiştirilememesi
- c. Nitelikli hizmet üretecek eleman eksikliği
- d. Eğitimin doğru yapılandırılmamış olması ve denetimsizlik
- e. Eğitim sisteminin devamlı değişmesi
- f. Teknik eğitimin yetersizliği
- g. Eğitimin mevcut durumda tamamen sektör içinden beklenmesi
- h. Firmaların eğitime ve eğitimli çalışana yeterli bütçe ayıramaması
- i. Sektörel algı ve öğrenciler nezdinde imajının zayıflaması
- j. Eğitime önem verilmemesi
- k. Eğitim kurumlarının sektör tarafından yönlendirilmemesi

Öneriler

- a. Eğitim sistemine standart getirilmesi /Anadolu'ya yayılması / yatırımın artırılması / sektör beklentileri doğrultusunda müfredatın yeniden ele alınması
- b. Kümelenme bölgelerinde eğitim sisteminin yerleştirilmesi
- c. Meslek okullarında eğitimin sanayi ile iş birliği içinde verilmesi / staj olanaklarının geliştirilmesi, zorunlu staj uygulamaları konusunun değerlendirilmesi
- d. Mesleki ve teknik eğitim liselerinde öğrencilerin motivasyon ve tercih sorunlarının çözümlenmesi
- e. Öğrenci ve akademisyenler ile sanayici arasında birlikte iş yapma kültürü konusunda uzlaşa sağlanmalı
- f. Deri sektörünün ihtiyacı olan ara elemanların yetiştirilebilmesi için eğitim kurumlarının açılması ya da deri ve ayakkabı bölümlerinin eklenmesi üzerine çalışmalar yapılması ve bu sektöre özel tasarımcı yetiştirilmesi
- g. Kalite güvence sisteminin eğitim kurumlarında işletilmesi
- h. Eğitimde niteliğin artırılması

- i. Bilgi teknolojilerinin öğretilmesi (bilgi ve beceri)
- j. Eğitimde rekabetçiliğin geliştirilmesi
- k. Ar-Ge birimlerinde çalışabilecek ara eleman yetiştirilmesi
- l. Lisans ve lisansüstü eğitimde güncel bilgi ve becerilerle donanmış, yaşam boyu öğrenimini yönlendirebilen, endüstriyel ve bilimsel Ar-Ge faaliyetlerinde ekip çalışması yapabilecek elemanların yetiştirilmesi
- m. Meslek standartları, Mesleki Yeterlilik ve Belgelendirme Merkezi çalışmalarının hızla sonuçlandırılması
- n. Kurumların ve şirket çalışanlarının sürekli eğitim modelleri ile eğitilmesinin sağlanması

Sorun Alanı:**İşgücü bulmada yaşanan sorunlar****Nedenler**

- a. İşgücüne katılım oranının düşüklüğü
- b. Sosyal yardımlar
- c. Sektöre olan güvenin azalmış olması
- d. Artan eğitim ve azalan göç
- e. İnsanların daha fazla ücrete daha rahat sektörlerde çalışmak istemesi
- f. İlköğretim yaşı yükseldikçe çırak olarak çalışacak işgücü bulmanın zorlaşması
- g. Erken emeklilik imkânı nedeniyle işten ayrılmalar
- h. Uzun vadeli bir çalışma yaşamı oluşturmama

Öneriler

- a. Sektörde 2023 hedefleri doğrultusunda moda, marka, tasarım, pazarlama, Ar-Ge alanları başta olmak üzere işgücü planlamasının yapılması ve işgücü kaynağı yaratılmasına dönük çalışmalar yapılması
- b. Çalışma ortamının iyileştirilmesi / ergonomi
- c. Sektöre olan güvenin artırılması ve imajın yükseltilmesi
- d. İlçelere hazır giyim sektörünün yayılması / desteklenmesi
- e. Halen Türkiye’de bulunan 4 milyon civarı mültecilerin iş hayatına ve imalat sanayiine, uluslararası kurallar gözetilerek entegrasyonunun sağlanması, bu kaynaktan yararlanılmasının altyapısının iyileştirilmesi
- f. Suriyeli ya da diğer ülkelerden mültecilerin iş hayatına kazandırılmasında Ekonomi Bakanlığı tarafından Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)’ne sunulan “Cooperation for Providing Employment for Displaced Syrians” konulu belge ile ABD – Türkiye İş Konseyi için hazırlanan “İnsancıl Üretim Bölgeleri Projesi” kapsamında bu konuda uluslararası diyalogun geliştirilmesi,
- g. Esnek çalışma yöntemleri geliştirilerek kadınların hem işte hem evde çalışacak şekilde modeller geliştirilmesi
- h. Gerekmesi halinde yurtdışından teknik yönde ihtiyaç olan yabancı istihdamı prosedürünün uluslararası teamüller doğrultusunda kolaylaştırılması

Sorun Alanı

Sektöre Öğrencilerin Yetersiz İlgisi

Nedenler & Açıklama

Sektörel yüksek öğretim kurumlarına girişte, puanların düşmesi ve sınavsız geçiş imkanıyla birlikte eğitim alan öğrencilerin niteliği azalmıştır. Sektöre yönelik negatif algı nedeniyle gençler sektörde çalışmak istememekte, bunun yerine hizmet sektöründe çalışmayı tercih etmektedirler.

Özellikle 2000’li yıllardan sonra Moda Tasarım Bölümlerine olan ilgi artarken, bilim ve teknik ağırlıklı Tekstil Mühendisliği gibi bölümlere olan ilgi azalmıştır. Bunun sonucunda da tasarım yönü güçlü ve satılabilir ürün üretimi konusunda tasarımdan üretime geçişte teknisyen ve Meslek Yüksek Okulu mezunları gibi üretime katkıda bulunacak teknik yönü kuvvetli eleman eksikliği yaşanmaktadır.

Öneriler

Öncelikle Endüstri 3.0 ve sonrasında Endüstri 4.0’a geçiş için gerekli teknik ve eğitilmiş elemanların yetiştirilebilmesi ve sektöre entegre edilebilmesi için ilgili bakanlıklarla ortak bir şekilde sektörel eğitim kurumlarının yapısının gözden geçirilmesi gereklidir.

Gençlerin sektöre yönelik negatif algısını kırmaya yönelik kamu ve özel sektör iş birliğinde çalışmalar yapılmalıdır. Yurt dışındaki örnekler gibi teknik elemanlara ücret konusunda daha cazip seçenekler sunulmalıdır. Sektördeki mevcut durum ve sektörün gelecek vaat eden yapısı tüm eylem ve söylemlerde dile getirilmelidir. Gençlerin sektöre entegrasyonunun erken dönemde sağlanabilmesi için, sektörel liselerde okuyan öğrencilerin zorunlu stajlarının son sınıfta değil, ilk sınıftan itibaren başlatılması gereklidir.

Sorun Alanı

Sanayi-Üniversite İşbirliğinin Gelişmemiş Olması

Nedenler & Açıklama

Daha önceki dönemlerde gerçekleştirilen sanayi-üniversite iş birliği çalışmalarında tarafların istenilen sonuçları alamaması sebebiyle üniversiteler de sanayiciler de bu çalışmalara katılmaya istekli olmamaktadır.

Öneriler

- Tarafların doğrudan başvurmak isteyecekleri yeni bir model kurulması gerekmektedir. Geçmişte gerçekleştirilen çalışmalarda istenilen sonuçlar alınamaması nedeniyle çekimser davranan tarafların ilgisini çekebilecek çok disiplinli ve çok taraflı bir yapılanmanın temellendirilmesi gerekmektedir.
- Yaşam boyu öğrenim ve mesleki eğitim programlarıyla birlikte mavi ve beyaz yakalı çalışanların sürekli eğitim modelleri içerisinde kurum ihtiyaçlarına yönelik olarak geliştirilmesi gerekmektedir.
- Sektörle ilgili alanlarda yazılacak olan tezlerde sanayinin ihtiyaçlarına yönelik olarak tez konularının üretilmesi ve sanayi ile iş birliği içinde tamamlanması öngörülmüştür.
- Kompozit üretimi, malzeme bilimi gibi sektörün gelişmesi için önemli olan alanlarda üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde çalışmalar yapılmalıdır.
- Ar-Ge odaklı girişimciliğin sanayi tarafından desteklendiği çoklu modeller geliştirilmelidir.
- Üniversitelerin eğitim ve araştırma boyutu birbirinden ayrılarak buna göre işbirliği yürütülmedir.
- Öğrencilerin ücret karşılığı çalışmasına yönelik altyapı geliştirilmelidir.

Sorun Alanı

Nitelikli Eğitim Kurumları Eksikliği

Nedenler & Açıklama

Nitelikli iş gücünün yetiştirilebilmesi için gerekli olan yüksek öğrenim kurumlarının bir kısmı tercih edilmemeleri nedeniyle kapanmıştır. Bunun yanında sanayiye yönelik bir Tekstil-Konfeksiyon Araştırma Enstitüsü ve Deri ve Deri Mamulleri Araştırma Enstitüsü de bulunmamaktadır.

Mevcut sektörel araştırma merkezlerine yönelik devlet destekleri bulunduğu halde sanayiciler tarafından kullanılmamaktadır.

Öneriler

Nitelik ve nicelik bakımından öğrencilerin daha iyi bir konuma getirilebilmesi için sektöre yönelik mevcut negatif algıya karşı yapılacak olan çalışmalarla birlikte eğitim kurumlarının yapıları yeniden gözden geçirilmelidir. Sanayilerin ihtiyaçlarına yönelik olarak Tekstil-Konfeksiyon Araştırma Enstitüsü ile Deri ve Deri Mamulleri Araştırma Enstitüsü konusunda çalışma yapılması önerilmiştir.

Mevcut araştırma merkezlerinin sanayicilerle daha etkili ve verimli çalışabilmesi amacıyla araştırma merkezlerinin üniversitelere bağlı olarak faaliyet göstermesi gerekmektedir.

3.4.4. Altyapıyı İyileştirmeye Yönelik Yapılması Gerekenler

Sorun Alanı:

Yüksek üretim maliyetleri

Nedenler & Açıklama

- a. Finansman maliyetlerinin yüksekliği
- b. İstihdam yüklerinin ağırlığı ve katılığı
- c. Enerji maliyetlerinin yüksekliği
- d. Hammadde tedarikinde uygulanan önlemler kaynaklı ilave maliyetler
- e. Çevresel maliyetler /mevzuatın hızlı değişimi
- f. Lojistik / haberleşme maliyetleri
- g. Vergi sistemi

Öneriler

- a. Üretim maliyetlerine etki eden kamusal yüklerin OECD ortalamasına çekilmesi
 - a. Enerji maliyetleri
 - i. Enerjide ÖTV'nin kaldırılması, kayıp kaçakların maliyetten çıkarılması
 - b. İstihdam maliyetleri
 - i. Asgari ücretin vergi dışı bırakılması
 - ii. Sanayide çalışanlara (Nace koduna göre) istihdamda ayrıcalık ve ilave destek sağlanması
 - iii. Kıdem tazminatı uygulamasının gözden geçirilmesi
 - c. Çevre maliyetleri
 - i. Çevre kriterlerinin gözden geçirilmesi
 - ii. Çevresel kriterler nedeniyle ülke içinde haksız rekabetin giderilmesi
 - iii. Çevre yatırımlarının desteklenmesi
- b. Tecil/terkin sisteminin basitleştirilmesi ve genişletilmesi
- c. Yabancı müşterilere yapılan perakende satışın güçlendirilmesi için vergi iadesi uygulamasının kolaylaştırılması ve hızlandırılması
- d. KDV/ÖTV sisteminin iyileştirilmesi (Girdi-nihai ürün KDV farkının giderilmesi, bazı sektörel ürünlerde (ham ve işlenmiş deriler) uygulanan ÖTV'nin kaldırılması)

Sorun Alanı:**Yüksek İşgücü Maliyetleri****Nedenler & Açıklama**

İşveren üzerinde %20'den fazla işgücü maliyet yükü olmaması gerektiğini belirten bir çalışmaya karşın Türkiye'de işveren üzerindeki istihdama yönelik vergi yükü %37 seviyesindedir.

Halen net asgari ücret 1.603 TL olmasına karşın işverene toplam maliyeti 2.385 TL olması işverenler için bir yük oluşturmaktadır.

Bununla birlikte istihdam değerleri veri setlerinde yemek ve servis ücretlerinin hesaba katılmaması nedeniyle aslında Portekiz'e yakın bir asgari ücret seviyesi olmasına rağmen Türkiye'nin seviyesi daha düşük gözükmemektedir.

Öneriler

İşveren üzerindeki işgücü maliyet yükünün azaltılmasına ve istihdam değerleri veri setlerinde yemek ve servis ücretlerinin hesaplamalara dahil edilmesine yönelik çalışmaların yapılması önerilmiştir.

Sorun Alanı:**Hammadde temininde yaşanan sorunlar****Nedenler & Açıklama**

1. Temel bazı hammaddelerde üretimin yetersizliği
2. Pamuk ekiminin gerilemesi / Pamuk desteklerinin yetersizliği
3. Fiyat dalgalanmaları
4. Suni sentetik elyaf yatırım yetersizliği

Öneriler

- a. Pamuk desteklerinin artırılması ve etkinleştirilmesi
- b. Hammadde fiyat dalgalanmalarından sektörü koruyacak önlemler alınması, ortak tedarik modellerinin geliştirmesi
- c. Türkiye'de üretilmeyen suni-sentetik elyaf gibi hammadde ve ara maddelerin özel teşviklerle desteklenerek yatırım sağlanması

Sorun Alanı

Hammadde ithalatında alınan vergi yükünün çok fazla olması

Nedenler & Açıklama

Özellikle hazır giyim üretiminde kullanılan hammaddelerin ithalatında ticaret politikası önlemleri ve ilave vergi yükünün ağır olması ve dövizle bağı olarak hammadde fiyatlarının yükselmesi sektörü zorlamaktadır. Hammadde ithalatının zorlaştırılması içindeki üretimi caydırarak Balkan ve diğer komşu ülkelere üretimin kaymasına yol açmaktadır.

Öneriler

- Hammadde ithalatına yönelik Dahilde İşleme Rejimi (DİR) kapsamında yapılan bazı uygulamaların yanında hammaddeye erişim kolaylaştırılmalıdır. DİR prosedürünün zahmetli ve uzun olması çoğunluğu küçük ve orta ölçekli hazır giyim firmalarının kullanımını sınırlandırmaktadır.
- Hazır giyim sektörünün taleplerine uygun çeşitte ve sayıda hammadde teminin sağlamak üzere tekstil üreticilerinin ürün çeşitliliğinin sürekliliği bakımından klasik iplik üretimine devam edilse bile yatırımda katma değeri yüksek iplik ve kumaş üretimine ağırlık verilmesi gerekmektedir.
- İplik ve kumaş sektörü korunurken hazır giyim üretiminin dışarıya yönelmesine yol açacak bu önlemler yerine tekstil ürünleri üretimi için sektörel bazda teşvik sağlanmasında fayda bulunmaktadır.
- Üretici-ihracatçılara yıllık ihracatının %20'si oranında gümrük vergisi muafiyetli hammadde temini sağlanmalıdır.

Sorun Alanı

Pamuk ipliği sektörünün rekabet sorunları ve ithalata yönelik korunma önlemi talebi

Nedenler & Açıklama

Türkiye önemli pamuk ipliği üreticisi ülkelerden olup, bu sektörde üretimin ve rekabetçiliği artırılması tüm tekstil ve konfeksiyon sektörünün rekabetçiliği açısından büyük önem arz etmektedir. Pamuk ipliğine yönelik herhangi bir koruma önlemi olmamasından dolayı pamuk ipliği üreticilerinin rekabette zorlandığı belirtilmektedir.

Öneriler

- Pamuk ipliği üreticilerini korumaya yönelik pamuk ipliği ithalatına yönelik ek vergi uygulamasına gidilmesi istenmektedir.
- Ancak ipliğin hem kumaş hem de hazır giyim için temel hammadde olduğu dikkate alınarak ithalata yönelik önlemlerin bu sektörlerde üretim maliyetlerini artırarak rekabetlerini olumsuz etkilediği göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Sorun Alanı

Teknik tekstile yönelik teknik özelliklere sahip elyaf iplik ve iplik yatırımlarının yetersiz olması

Nedenler & Açıklama

Türkiye özellikle teknik özelliği yüksek iplik yatırımı konusunda diğer ülkelere nazaran geri kalmış durumdadır. Özellikle kevlar iplik gibi teknik tekstillerin elyaf üretimi konusunda daha fazla yatırıma ihtiyaç duyulmaktadır.

Öneriler

Teknik tekstillerin elyaflarına yönelik yatırımların artmasını sağlayacak teşvikler düzenlenerek Türkiye'nin teknik tekstil üretiminde daha fazla söz sahibi olması sağlanmalıdır.

Sorun Alanı

GDO'suz pamuk üretimi ve tanıtımının desteklenme ihtiyacı

Nedenler & Açıklama

Türkiye dünyadaki GDO'suz pamuk üretimi yapan nadir ülkelerden biridir. Bununla birlikte Türkiye pamuk üretiminde rakip ülkeler kadar rekabetçi bir konumda değildir. Amerika'daki büyük pamuk üretim bölgelerine karşın Türkiye'deki pamuk üretim bölgeleri oldukça küçük kalmaktadır. Öncelikle Türkiye'de GDO'lu pamuk üretimi yapıp yapmama konusu netleştirilmelidir. GDO'suz pamuk üretimine yönelim olması durumunda Türkiye GDO'suz pamuk üretimi ve kullanımı konusunda yapacağı tanıtım ve farkındalık çalışmalarıyla rakiplerinden ayrışabilecektir.

Öneriler

Türkiye GDO'suz pamuk üretimi ve kullanımı konusunda yapacağı çalışmalarla rakiplerinden ayrışacağı ve rekabet avantajı sağlayacağı dikkate alınarak, GDO'suz pamuk üretiminin akreditasyon ve “GMO Free” şeklinde bir etiketlemeyle pazarlanarak sektörün rekabetçi bir noktaya gelmesi sağlanabilecektir. GDO'suz pamuk üretimi konusunda standardizasyon süreci TSE ile ortak olarak yürütülebilecektir. Bu yönde projeler geliştirilmesi ve desteklenmesi önem taşımaktadır.

Sorun Alanı

Sürdürülebilirlik açısından geri dönüşüm konusunda stratejiler oluşturulması ve bu alanda teşvik ve mevzuat düzenlemesi ihtiyacı

Nedenler & Açıklama

Başta AB olmak üzere dünyada sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm ekonomisi (recycling economy) önde gelen rekabet parametrelerinden birisi haline gelmiştir. Bu alanda ülkemizde de gerekli altyapının ve gelişmenin sağlanması için gerekli önlemler alınmalıdır. Halen hammadde ihtiyacında geri dönüşüm süreçlerinin tam ve etkili olarak kullanılamamaktadır. Geri dönüşüm konusunda yeterli teşvikler sektörlere sunulmamaktadır.

Öneriler

- Tekstil hammaddesi olan pamuk ihtiyacının %20'sinin geri dönüşüm üzerinden sağlandığı bir dönemde Türkiye de konuyla ilgili atılması gereken adımları atmalıdır. Tekstil ürünlerinde olduğu gibi hazır giyim ürünlerinde de geri dönüşüm dünya genelinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Kullanılmayan giysilerin geri dönüşümüne insanların yönlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılarak sektörlerde geri dönüşümün payı artırılmalıdır.
- Bunun için üretimde kullanılması şartıyla kullanılmış giysi ve eşya ithalatının serbest bırakılması için gerekli mevzuat düzenlemesinin yapılması
- Geri dönüşüm amaçlı kurulacak tesisler için özel yatırım destek mekanizmaları oluşturulmalıdır.

Sorun Alanı

E-ticaret uygulama ve düzenlemelerinin yetersiz olması

Nedenler & Açıklama

Tüm dünyada yükselen bir trend olan elektronik ticaret özelinde Türkiye’de hızlı kargo taşımacılığı kapsamında bazı düzenlemeler olsa da kapsamlı bir düzenleme bulunmamaktadır.

Öneriler

E-Ticarete yönelik güncel gereklilikler ve ihtiyaçlar göz önüne alınarak kapsamlı bir düzenleme yapılması önerilmiştir. Türkiye’nin teknolojik alt yapısıyla birlikte dünya çapında etkili olabilecek bir e-ticaret platformu kurması için özel sektör ve devletin bir arada çalışmalarını sürdürmesi gerekmektedir. E-ticarete ilişkin ihracat bakımından istenen düzenlemeler aşağıdaki gibidir:

- Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi (ETGB) ile yapılan ihracatın, istatistiki olarak izlenebilmesi açısından ilave maliyete yol açmaksızın ihracatçı birliklerine kaydettirilmesi
- ETGB kapsamında yapılan ihracatın DİR sistemine entegre edilmesi ya da bir proje kapsamında belli oranda ETGB ile gönderi yapabilme hakkı tanınması
- Eximbank ve diğer ihracat kredilerinden ETGB kapsamında yapılan ihracatın da yararlandırılması

Sorun Alanı

E-ticarete lojistik alanının iyileştirilmesi

Nedenler & Açıklama

E-Ticaret yoluyla ürünlerini ihraç etmek isteyen ihracatçılar yüksek nakliye maliyetleriyle karşı karşıya kalmaktadır. Nakliye maliyetleri bazı durumlarda ürün maliyetine yakın bir seviyede olmaktadır.

Öneriler

E-Ticaretle ihracatın önündeki nakliye maliyeti engeline yönelik devlet nezdinde satış kanallarında etkin olunacak şekilde teşvik ve düzenlemelerin yapılması gereklidir. Son dönemde geometrik olarak artan web sayfaları üzerinden yapılan e-ticaretin, ihracat açısından taşıdığı avantaj dikkate alınarak desteklenmesi amacıyla B2C (perakende) satış yapan e-ticaret sitelerinin lojistik faaliyetlerinin desteklenmesi istenmektedir. E-ticaretin lojistik yönden desteklenmesi için PTT altyapısının sübvansiyonlu olarak bu amaçla kullanılabileceği düşünülmektedir. Firmaların e-ticarete gelişebilmesi için belli sayıda bilgi işlem elemanının istihdam maliyeti desteklenebilecektir.

3.4.5. Halkla İlişkiler Alanında Yapılması Gerekenler

Sorun Alanı

Artan küresel belirsizliklerin rekabet ortamını zorlaştırması

Nedenler & Açıklama

- a. Dünyada ekonomik ve politik krizlerin daha sık ortaya çıkması
- b. Küreselleşme, sermaye akımları ve dünyada sektörlerin yeniden yapılanması
- c. AB pazarında küresel ekonomik krizin etkileri
- d. Ortadoğu pazarlarındaki istikrarsızlıklar
- e. Haksız rekabet yaratan diğer devletlerin politikaları (teşvik gibi)
- f. Artan korumacılık

Öneriler

1. Üretici yapının sürdürülmesinin ve ihracata dönük politikaların birinci öncelik olması
2. Ürün ve pazar çeşitlendirmesine devam edilmesi, niş üretim ve pazar olanaklarının geliştirilmesi
3. İstikrarı korumaya yönelik makroekonomik politikalar
4. Sektörde piyasa yapıcı ülke olma
5. Moda -marka -perakende odaklı gelişim
 - a. Türk modası algısının yaygınlaştırılması
 - b. Ülkemizin dünyada 5 moda merkezi içinde yer alması
 - c. Dünyada ilk 100’de en az beş Türk markasının yer almasının sağlanması
 - d. Uluslararası marka satın almanın hem süreç hem de maddi yönden desteklenmesi
 - e. Üniversiteler ve tasarıma ilişkin kurumların katılımı ile ortak bir tasarım kimliği oluşturulması, trend belirleyici olmaya ilişkin ortak bir platform oluşturulması
6. Makine sanayiinde etkili olma
 - a. Yerli makine alımında uygun kredi imkânının sağlanması / diğer teşvikler

- b. Sektör ile makine üreticileri arasında yerli makine üretimi ya da optimizasyonu anlamında işbirliğinin geliştirilmesi
 - c. Sanayi 4.0 ve dijitalleşme perspektifli makine ve yazılım geliştirilmesi konusunda sanayici-üniversite-Devlet işbirliğinde çoklu yapılar geliştirilmesi
- 7. Kimya sanayiini geliştirme ve terbiye sektörünün geliştirilmesi
 - a. 50 senelik bir perspektif ile kimya sanayiinin ele alınması (sentez kimyasında üretici olabilme)
 - b. Sektör ile kimyasal ürün üreticileri arasında işbirliğinin geliştirilmesi
 - c. Terbiye sektörünün güçlendirilerek tekstil sektörünün geliştirilmesi
- 8. Başta halı sektörü olmak üzere turizm ve mobilya sektörleriyle pazarlama alanında entegre iş modelleri geliştirme
- 9. Lojistik altyapısını geliştirilmesi amacıyla, İstanbul'un coğrafi konum avantajından da yararlanarak İstanbul'da Avrupa ve Anadolu yakalarında kara-deniz-demir ve hava yolları entegrasyonun tam sağlandığı bir lojistik merkez oluşturulması, ayrıca Bu yapının benzer bir ayağını da başta Almanya olmak üzere Avrupa'daki diğer önemli pazarlarımızda kurulması
- 10. Afrika ülkeleri gibi ucuz emek gücüne sahip ülkelerde üretim merkezleri oluşturma
- 11. Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri vatandaşlarına ya da Suriye uyruklu olup bu ülkelerden ülkemize giriş için vize alma aşamasında kolaylık sağlanması
- 12. Korumacılık ve haksız rekabet yaratan devlet uygulamalarına karşı ülkelerle işbirliği içinde DTÖ'nün aktif olarak kullanılması

Sorun Alanı**Dış Politikada Dış Ticaret İlişkilerindeki Dengelerin Gözetilmesi****Nedenler & Açıklama**

Hükümet nezdinde gerçekleştirilen dış politikadaki bazı söylemler doğrudan sektörleri olumsuz olarak etkilemektedir. Bunun neticesinde ihracatta ve ticari ilişkilerde gerileme söz konusu olmaktadır.

Öneriler

Hükümetin yurt dışındaki temaslarında, dış ticaret ilişkilerindeki dengelerin hassasiyetini göz önünde bulundurması beklenmektedir.

Sorun Alanı:**AB ticaret politikalarının sektörlerimize olumsuz etkisi****Nedenler & Açıklama**

- a. STA anlaşmaları
- b. Tercihli ticaret anlaşmaları
- c. Menşe kuralları

Öneriler

- a. Gümrük Birliği anlaşmasının yeni bir perspektif ile ele alınması ve güncellenmesi
- b. AB ticaret politikasının kamu kurumları ve STK'lar tarafından yakından izlenmesi ve gerekli lobi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi
- c. AB'nin STA ve tercihli ticaret anlaşmalarında yaptığı etki analizine Türkiye'nin de dahil edilmesi
- d. AB'nin STA müzakereleri ile eşanlı olarak Türkiye'nin de müzakereler yürütmesi
- e. AB'nin menşe kurallarını gevşetme girişimlerine karşı çıkılması
- f. Yeni pazarlara yönelik AB'den bağımsız açılımlar geliştirilmesi
- g. Büyük pazarlarda STA/QIZ gibi ticareti kolaylaştıran imkanların sağlanması

Sorun Alanı:

Artan fiyat bazlı rekabetin olumsuz etkileri

Nedenler & Açıklama

- a. Küreselleşme
- b. Satış/pazarlama kanallarında yaşanan konsolidasyon /zincir mağazalar
- c. İthalat ve insan sağlığına uygun olmayan ürünler nedeniyle yerli üreticiler üzerinde oluşan fiyat baskısı
- d. Markalaşmanın çok uzun sürmesi, zahmetli ve finansman maliyetinin yüksek olması
- e. Türk moda algısının yeterince yaygınlaştırılamaması
- f. Ar-Ge ve Ür-Ge odaklı üretimin yeterince gelişmemesi

Öneriler

- a. Verimliliğin sürekli artırılmasına yönelik çalışmalar yapılması
- b. İthal edilen ürünlerin insan sağlığına uygun ve uluslararası belirlenmiş limitler dâhilinde olduğunun denetlenmesi
- c. Haksız rekabet yaratan ithalatın etkin kontrolü
- d. Fiyat üzerinden rekabet yerine müşteri ihtiyaçlarına karşı esneklik, çabuk dönüş gibi odaklanma temelli stratejilere ağırlık verilmesi
- e. Rekabetin ucuz işgücü ile değil eğitilmiş, kalifiye, şirketi ile bütünleşmiş çalışanlarla mümkün olabileceğini kabul ederek bu doğrultuda eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının artırılması
- f. Hızlı üretim, modayı ve eğilimleri yakın takip eden, koleksiyon yapabilen üretim modelinin daha çok benimsenmesi
- g. Hedef pazarlardaki regülasyonların takibi ve firmalarla paylaşılması
- h. Çevre ve sosyal konulardaki yüksek seviyemizin sürdürülmesi ve alıcılar ve tüketiciler nezdinde vurgulanması
- i. Markalaşmaya yönelik teşviklerin sürdürülmesi / destek ödemelerinin zamanında gerçekleştirilmesi
- j. Yurtdışında satılan marka ve şirketlerin satın alınması için devlet desteği ve finansman sağlanması
- k. Üretimde marka olmanın amaçlanması / kaliteye önem verilmesi / kaliteli Türk malı imajının yerleştirilmesi
- l. Ar-Ge ve Ür-Ge desteklerinden daha fazla yararlanmak için firmalara farkındalık kazandırılması ve yönlendirilmesi

Sorun Alanı

Alıcıların güven sorunu ve Türkiye imajı

Nedenler & Açıklama

Son dönemde ülke genelinde yaşanan terör olayları ve Olağanüstü Hal Uygulaması nedeniyle Avrupalı alıcılar güven sorunu nedeniyle Türkiye'ye gelmekten çekinmektedir. Alım yapmaları için alıcılar ziyaret edildiğinde hem alıcı gözünde saygınlık azalmakta hem de ürünler hak ettiği değerde sunulamamaktadır.

Öneriler

Yabancı alıcıların gözündeki imajın tazelenmesi ve alıcıların Türkiye ziyaretlerini tekrardan yoğunlaştırmalarına yönelik hukuki alanı da kapsayacak şekilde çalışmalar yapılmalıdır. Özellikle Avrupa Birliği ülkelerine yönelik çalışmalarda inovatif bir yöntem izlenerek Türkiye'nin hem genel hem de sektörel ihracatta güvenilir bir ticaret ortağı olduğu yansıtılmalıdır.

Sorun Alanı

AB'nin STA imzaladığı ülkelerle ticari ilişkilerimizin STA imzalayacak düzeyde olmaması

Nedenler & Açıklama

Türkiye'nin mevcut Serbest Ticaret Anlaşmaları Avrupa Birliği'nin STA imzaladığı ülkelerle STA imzalanması şeklindeki teamül sonucu kendi ihracatı için çok fayda sağlamayan az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerle gerçekleştirilmiştir.

Öneriler

Türkiye STA imzalama noktasında Avrupa Birliği'nin STA imzaladığı her ülkeyle STA imzalamaktan ziyade ticarete olumlu etkisi olabilecek ülkelerle STA imzalaması gereklidir. Az gelişmiş ülkeler yerine STA'lar gelişmiş ülkelerle imzalanmalıdır.

Sorun Alanı**AB pazarına bağımlılık****Nedenler & Açıklama**

Türkiye'nin hem genel hem de sektörel ihracatta en büyük pazarının Avrupa Birliği olması nedeniyle bu pazara bağımlılık söz konusudur.

Öneriler

Sektörler olarak, yüksek potansiyel ticaret hacmi ve önceliklere göre hedef pazarlar belirlenmelidir. Bununla birlikte kanunların ve kuralların çok çabuk değiştiği İran ve Rusya gibi pazarlar yerine hukuki stabilitenin olduğu ve Made in Turkey algısının yüksek olduğu ve katma değeri yüksek ürünlerin satılabildiği ülkelerin tercih edilmesi gereklidir.

Sorun Alanı**Türkiye menşeli ürün algısına yönelik çalışmaların olmayışı****Nedenler & Açıklama**

Yurt dışında Türkiye menşeli ürün algısını yükseltmek için belirlenmiş bir stratejik çalışma bulunmamaktadır.

Öneriler

Firmaların markalaşmasının yanı sıra Türk hazır giyim, tekstil, deri ve halı sektörlerinin dünya çapında tanınırlığının ve güvenilirliğinin sağlanması için stratejik bir plan oluşturulmalıdır. Özellikle geri dönüşüm ve yeşil üretim süreçleri gibi başlıklar üzerinden hem sektörlerin hem de ülkenin imajı yükseltilebilecektir.

Sektörlerde küresel etkisi bulunan trendler tespit edilmeli ve buna uygun olarak çalışmalar başlatılmalıdır. Son dönemlerde kaynakların bilinçli kullanılması ve çevreye saygılı üretim ile tüketim gibi konuların ön plana çıkartılması gerekmektedir.

Sorun Alanı

KSS uygulamaları ve standardizasyonun sektörlerin geneline yayılması

Nedenler & Açıklama

Uluslararası rekabette kurumsal sosyal sorumluluk standartlarına uygun üretim ve çalışma koşulları rekabetin ana unsuru olarak öne çıkmıştır. Bu kapsamda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri konusunda sektörel olarak pek çok çalışma yapılmaktadır. Ancak sektörler genelinde bu anlayışın yaygınlaştırılması, uluslararası alıcılarca yapılan denetimlerin ve uygulamalarının yeknesak olmaması nedeniyle karşılaşılan sorunların çözümü ve ayrıca yurtdışı pazarlarda ülke imajını olumsuz etkileyebilecek algı çalışmalarının önlenmesi için ülke genelinde koordineli çalışmalara ihtiyaç vardır.

Öneriler

Firmaların çalışmalarına ek olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusunda devlet destekli sektörel bir strateji geliştirilmesi gereklidir. Pek çok bakanlığı ve sektörel aktörü ilgilendiren bir konu olması sebebiyle özellikle Millî Eğitim Bakanlığı ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın konuyla ilgili sürdürülebilir projeler hazırlaması ve yer alması gereklidir. Standardizasyon konusunda yurt dışı denetim firmalarının farklı yaklaşım ve uygulamalarından kaynaklanan karmaşıklığı önlemek amacıyla ülkemiz içinde bir standardizasyon ve denetim sisteminin oluşturulabileceği belirtilmiştir. Ayrıca bu konuda ülkemizin yurtdışı pazarlarda olumlu imajının pekiştirilmesi için de organize bir çalışmaya ihtiyaç vardır.

Sorun Alanı

Çevreye duyarlı ve yeşil üretimin Türkiye’de yapıldığının bilinir hale gelmesi ve çevreci üretimlerin desteklenmesi

Nedenler & Açıklama

Çevreye duyarlı ve yeşil üretim gibi başlıklar dünya genelinde yaygınlaşan bir eğilimin göstergeleridir. Bu konularda Türkiye’nin de öncü ve yetkin bir konumda olduğunu belirten bir belge ya da akreditasyon kurumu eksikliği mevcuttur. Ayrıca çevreci üretimin desteklenmesi ihtiyacı bulunmaktadır.

Öneriler

Türkiye’nin dünya tarafından kabul edilen akredite bir laboratuvara sahip olması ve belgelendirme gibi konularda istenilen noktalara gelmesi için kamu kurumlarının gerekli desteği göstermesi gerektiği belirtilmiş ve konuyla ilgili Ekoteks Laboratuvarı ile birlikte çalışmaların yapılması konusu önerilmiştir. Çevre dönük üretimlerde ilave istihdam desteği sağlanabileceği düşünülmektedir.

3.4.6. Diğer Konular

Sorun Alanı

Taklit ve korsan ürün ile mücadele

Nedenler & Açıklama

Tüm sektörlerde ortak bir sorun olarak bulunmakla birlikte özellikle saraciye sektöründe taklit/replika ürünler sektörün rekabetçiliğine büyük darbe vurmaktadır. Konuya yönelik yasalar ve cezalar bulunmakla birlikte etkin bir şekilde uygulanmaları konusunda sorunlar yaşanmaktadır.

Ürünleri taklit edilen markaların denetim ve konuların yargıya taşınması noktasında gerektiği kadar ilgili davranmamaktadır.

Öneriler

Taklit/replika ürünlere yönelik yasaların daha kapsamlı bir şekilde yeniden ele alınması gereklidir. Denetimler sıklaştırılıp cezalar daha caydırıcı hale getirilmelidir.

Ürünü taklit edilen markalar mevcut yasaları ve düzenlemeleri daha etkin bir şekilde kullanarak bu konuyla mücadelede aktif rol alır hale getirilmelidir.

Sorun Alanı

Bakanlıkların farklı düzenlemeler getirmesi ve kurumlar arası iletişim eksikliği

Nedenler & Açıklama

Sektörler pek çok bakanlıkla iş birliği yapabilecek şekilde çok yönlü bir yapıya sahiptir. Sektörleri ilgilendiren sorunlara yönelik farklı bakanlıklarla iletişime geçmek gerekirken, bazı durumlarda iki bakanlığın düzenlemelerinin birbiriyle uyumlu olmaması gibi sorunlar yaşanmaktadır.

Öneriler

Sektörlerin pek çok bakanlıkla entegrasyon içinde olmasını sağlamak üzere ve her bir konu için farklı bakanlıkla görüşmek yerine tek bir çatı altında Tekstil Bakanlığı gibi bir yapılanmanın kurulması önerilmiştir.

Bu yapılanmanın kurulması mümkün gözüküyorsa, sektörün ilişkili olduğu Milli Eğitim, Çalışma ve Sosyal Güvenlik, Ekonomi, Kalkınma ve Çevre Bakanlığı gibi bakanlıklarla tam entegrasyonu sağlanmalıdır.

Sorun Alanı

Kültürel ürünlere yatırım yapılmaması

Nedenler & Açıklama

Türkiye'nin kendi kültürel değerlerini yansıtabilecek, katma değeri yüksek ve yabancı pazarlarda kullanabileceği ürünler bulunmamaktadır.

Öneriler

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sponsorluğunda Türkiye'nin kültürel zenginliklerini gösteren ve tanıtan, yerel dokuların yoğunlukta olduğu ürünlerin ihracatıyla marka ve kültür ihracatının sağlanmalıdır.

Sorun Alanı

Türkiye’den alım yapan perakendecilere yönelik özel uygulamaların getirilmesi yoluyla ihracatın artırılması ihtiyacı

Nedenler & Açıklama

Türkiye’den alım yapıp aynı zamanda mağazalarıyla Türk perakende pazarında da faaliyet gösteren firmaların Türkiye’den daha çok alım yapmasına yönelik çalışmalar yapılması, ayrıca, bu firmaların ihracat performansları dikkate alınarak yurtdışından belli miktarda alımlarına ithalat aşamasında kolaylıklar sağlanması ve böylelikle Türkiye’den alım ve ihracatlarını artırmaya çalışmaları belirtilmiştir.

Öneriler

Türkiye’den alım yapan ve aynı zamanda mağazacılıkta da faaliyet gösteren firmaların daha çok alım yapmalarını sağlamak üzere belli bir miktar sonrası vergi indirimi gibi farklı teşvikler sunulması önerilmiştir.

3.4.7. Önemli Projeler

İHKİB tarafından alanında öncü danışmanlık firmalarından olan Mc Kinsey firması analitik desteği ile ve Ekonomi Bakanlığı ile koordineli olarak hazırlattırılan Hazırgiyim Sektörü Vizyon Belgesi (Kısa, Orta, Uzun Dönem) çerçevesinde hazırgiyim ve konfeksiyon sektöründe önümüzdeki yıllarda daha rekabetçi olmanın zemini ortaya koyan yol haritası, 6 stratejik hamle ile sektörün uzun dönemde küresel rekabetçiliğinin korunma altına alınmasını ve geliştirilmesini öngörmektedir.

Bu stratejik hamlelerden biri olan en dijital tedarik zincirinin kurulması hamlesine yönelik olarak iki temel proje yürütülmektedir.

En önemli tekstil hammaddelerinden biri olan pamuk üretiminde ise ülkemizin en büyük avantajı GDO’suz üretim yapılması olup, bu alanda da İTHİB tarafından önemli bir proje yürütülmektedir.

Toplam Faktör Verimliliği Politika Çerçevesi Geliştirilmesine Destek Projesi

Kalkınma Bakanlığı ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından yürütülen “Toplam Faktör Verimliliği Politika Çerçevesi Geliştirilmesine Destek Projesi” kapsamında hazırgiyim sektörü pilot sektör olarak belirlenmiştir.

Bu kapsamda, toplam faktör verimliliğini etkileyici bir faktör olarak, İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) önderliğinde “Hazırgiyim sektöründe dijital tedarik zinciri kurulması” hedef olarak konuldu.

Proje çerçevesinde hazırgiyim ve Konfeksiyon sektörü ile ilgili aşağıdaki faaliyetler yapıldı.

- Dijital tedarik zinciri tasarımı arama konferansı
- Hazırgiyim Dijital Değer Zinciri Platformu prototipi çalışması
- Proje Yeşil Kitap ve Beyaz Kitap’ta sektörün yer alması
- Almanya Aachen Dijital Deneyim Merkezi Ziyareti (21-24 Ekim 2018)

Hazırgiyim ve Tekstil Sektöründe Tasarımdan Üretime Dijital Teknolojilere Ve Endüstri 4.0’a Geçiş Projesi

Hazırgiyim ve Konfeksiyon sektöründe dijital dönüşümün gerçekleşmesini temel olarak hedefleyen “Hazırgiyim ve Tekstil Sektöründe Tasarımdan Üretime Dijital Teknolojilere ve Endüstri 4.0’a Geçiş Projesi” aşağıdaki üç bileşenden oluşmaktadır.

- Tasarımcıların & KOBİ’lerin Dijital Yetkinliklerinin Artırılması
- KOBİ’lerin Çevre-Dostu Uygulamalarının Geliştirilmesi
- Sektörel Dijital Dönüşüm Stratejisi & Kurumsal Kapasite Gelişimi

Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Programı vasıtasıyla Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından finansmanı yapılan projeye İHKİB eş-finance sağlamaktadır. Proje kapsamında İstanbul Moda Akademisi ve Ekoteks Laboratuvarı, İHKİB işbirliğinde faaliyetler yürütülmesi planlanmaktadır.

GDO’suz Türk Pamuğu Projesi

Dünya pamuk üretiminin %80’i GMO lu tohumlar ile yapılmasına karşın, ülkemizde GMO’lu tohumdan tarım yapmak yasaklanmıştır. Dünyada tekstil ve tekstilin hammaddesi pamuk üretimi konusundaki sürdürülebilirlik projeleri önemli bir yer tutmakta olup, organik pamuk, BCI, Fair trade, Cotton made in africa, örnek olarak gösterilebilir.

Projenin amacı Türk pamuğundan üretilmiş Türk tekstil ürünün ihracatını arttırmak olup, Türk tekstil ürünün sürdürülebilir şekilde üretildiğini gösterip, standardını yazıp, sertifikalandırıp, etiketlendirip tercih sebebi olmasını sağlamaktır. “GMO Free Türk Pamuğu”nun normal üretim pamuğa göre farkı, sürdürülebilir ve izlenebilir olması,

çevreye ve genin bozulmamasına önem vermesi, sürdürülebilir ve dünya çapında çalışma koşulları gibi sürdürülebilirlik standartlarına uygun olması gibi birçok avantaj sunacaktır.

Bu proje ile Türk pamuğunun markalaşması ve küresel çapta farkındalık yaratılması amaçlanmaktadır.

3.5. Plan Hedef, Amaç ve Politikalarının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleriyle İlişkisi ve Uyum

Birleşmiş Milletler tarafından sürdürülebilir kalkınmanın tesis edilmesine yönelik çalışmalar kapsamında ortaya konulan ve 2030 yılına kadar dünyanın sürdürülebilir dönüşümünü sağlamaya yönelik belirlenen 17 hedefin bir kısmı çeşitli açılardan hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerini ilgilendirmektedir.

Bu çerçevede, aşağıdaki hedeflerin sektörleri doğrudan ilgilendirdiği değerlendirilmektedir.

- **Hedef 8: İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme**

İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme Hedefi altında belirlenen alt hedefler ile ekonomik büyümenin toplumun geneline yayılması, istihdamın artırılması, inovatif faaliyetlerin geliştirilmesi, KOBİ'lerin ekonomiye katılımı ve finansal kaynaklara erişiminin kolaylaştırılması, sürdürülebilir tüketim ve üretim metotlarının yaygınlaştırılması, çalışma koşullarının iyileştirilmesi, işçi haklarının korunması ve güvenli çalışma ortamlarının oluşturulması hedeflenmiştir.

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörleri, ülkemiz ekonomisindeki konumu gereği, bu hedeflere yönelik yapılacak faaliyetlerden doğrudan etkilenebilecek ve bu hedeflere doğrudan katkıda bulunabilecek durumdadır.

Örneğin, yarattığı istihdam ve KOBİ niteliğindeki firmaların çoğunlukla faaliyet gösteriyor olması sonucu, yaratılan gelirin toplumun geneline yayılmasını sağlayan hazırgiyim ve konfeksiyon sektörü ile deri ve deri mamulleri sektörü sürdürülebilir kalkınma hedeflerine doğrudan katkıda bulunmaktadır. Ayrıca sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalar, bu hedefin gerçekleştirilmesine yardımcı olmaktadır.

- **Hedef 9: Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı**

Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı Hedefi altında belirlenen alt hedefler ile kapsayıcı ve sürdürülebilir sanayileşmenin teşvik edilmesi, özellikle küçük ölçekli işletmelerin finansal kaynaklara erişiminin kolaylaştırılarak küresel değer zincirine dahil olması, temiz

ve çevreye duyarlı, az kaynak tüketen üretim süreçlerinin benimsenmesi, sanayi sektörlerinin bilimsel araştırmaya dayalı üretim ile teknolojik modernleşmenin sağlanması hedeflenmiştir.

Hazırgiyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde son dönemde ortaya çıkan ihtiyaçların başında, altyapının teknolojik gelişmelere cevap verecek şekilde geliştirilmesi ve ARGE tabanlı bilimsel araştırmaların sektörlerin olağan bir pratiği haline getirilmesi yer almaktadır. Bu açıdan yürütülen çalışmaların desteklenmesi ve kaynak kullanımı, inovasyon ve teknolojik modernleşme alanlarında tespit edilen sorunların çözüme ulaştırılması önem taşımaktadır.

- **Hedef 12: Sorumlu Tüketim ve Üretim**

Sorumlu Tüketim ve Üretim Hedefi altında belirlenen alt hedefler ile doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi ve etkin kullanımı, ürün döngüsünde kimyasalların ve atıkların çevre gözetilerek ve uluslararası yükümlülüklerle uyumlu yönetimi, firmaların kurumsal sosyal sorumluluk pratiklerini uyguluyor olması, daha fazla sürdürülebilir üretim ve tüketim için bilimsel ve teknoloji kapasitesinin güçlendirilmesi hedeflenmiştir.

Bu alt hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik olarak hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde özellikle hammadde üretimi alanında üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmek için çeşitli çalışmaları bulunmaktadır.

Örneğin kimyasallara yönelik olarak AB mevzuatı olan REACH'e sektörlerimiz tam uyum sağlamışlardır. Tekstil terbiye alanında çevreye duyarlı üretim ve tesislerin kapasitelerinin bu açıdan modernizasyonu sağlanmış durumdadır. Sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk alanlarında hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün çok önemli çalışmaları yürütülmekte olup, bu raporun ilgili başlıklarında detaylandırılmıştır. Yine geri dönüşüm alanında hızla artan bir farkındalık yaratılmakta olup, küresel çapta alıcıların geliştirdiği programlara hazır giyim ve konfeksiyon sektörü adapte olabilmektedir.

Bu hedeflere ilave olarak, aşağıdaki hedeflerin ise sektörleri kısmen ilgilendirdiği değerlendirilebilir:

- **Hedef 4: Nitelikli Eğitim**

Nitelikli Eğitim Hedefi altında belirlenen, tüm bireylerin meslek eğitimine ulaşabilmesi, istihdam ve girişimcilik alanında fırsat eşitliğinin yaratılması ve kadınların eğitim hakkının korunması alt hedefleri, teknik ve mesleki eğitim ihtiyacının öncelikler arasında olduğu ve kadın istihdamının belirgin bir nitelik taşıdığı, ayrıca girişimciliğin

sektörel büyümede öne çıktığı hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörleri için de önem taşımaktadır.

- **Hedef 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği**

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Hedefi altında yer alan kadının çalışma hakkının sağlanması alt hedefine yönelik olarak özellikle hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, kadın istihdamının daha yüksek olması sonucu kadınların iş hayatına atılarak toplumda eşitlikçi bir yaşam ortamı sağlanmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

- **Hedef 6: Temiz Su ve Sıhhi Koşullar**

Temiz Su ve Sıhhi Koşullar Hedefi altında yer alan suyun sektörler tarafından sürdürülebilir ve etkili kullanımı alt hedefine yönelik olarak özellikle tekstil terbiye alanında ve deri sektöründe geline üretim altyapısı önemli bir seviyede olup, sektörlerin bu alandaki modernizasyon ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve sorunlara çözüm getirilmesi talep edilmektedir.

- **Hedef 7: Erişilebilir ve Temiz Enerji**

Erişilebilir ve Temiz Enerji Hedefi altında yer alan satın alınabilir, güvenilir ve modern enerji hizmetlerinin sağlanması ve temiz enerji teknolojilerinin geliştirilmesi alt hedeflerine yönelik olarak, ulusal bazda enerji maliyetlerinin düşürülmesine ve enerji kaynaklarının modernize edilmesine yönelik hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin talepleri devam etmektedir.

- **Hedef 10: Eşitsizliklerin Azaltılması**

Eşitsizliklerin Azaltılması Hedefi altında yer alan mültecilere yönelik güvenli ve iyi yönetilmiş göç politikalarının uygulanması, ülkemize son yıllarda Suriye’den çok sayıda mülteci geldiği ve bu mültecilerin hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinde de sıklıkla istihdam edildiği düşünüldüğünde ayrı bir önem kazanmaktadır. Bu açıdan Suriyeli mültecilerin ulusal bir politika çerçevesinde yönetilmesi ve topluma kazandırılmasında sektörlerin katkısı yüksek olacaktır.

- **Hedef 17: Hedefler için Ortaklıklar**

Hedefler için Ortaklıklar Hedefi altında hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ile halı sektörlerinin finans, teknoloji, kapasite gelişimi, ticaret ve diğer konularda küresel ticarete tedarik zincirine uygun bir şekilde gelişmekte olan ülkelerle etkileşim sağlaması muhtemeldir.

3.6. Plan Hedeflerini Gerçekleştirmek için Yapılması Önerilen Araştırmalar

Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü

İHKİB tarafından alanında öncü danışmanlık firmalarından olan Mc Kinsey firması analitik desteği ile ve Ekonomi Bakanlığı ile koordineli olarak hazırlattırılan Hazırgiyim Sektörü Vizyon Belgesi (Kısa, Orta, Uzun Dönem) çerçevesinde hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe önümüzdeki yıllarda daha rekabetçi olmanın zemini ortaya koyan yol haritası, 6 stratejik hamle ile sektörün uzun dönemde küresel rekabetçiliğinin korunma altına alınmasını ve geliştirilmesini öngörmektedir.

En dijital tedarik zinciri, küresel ilk 100’de 5 Türk markası, verimlilikte öncü üretici, hızlı moda tasarımı ve katma değerli ürünlerde öncü, “Made fully in Turkey” ve perakende değer zincirindeki oyun alanımızı genişletmek olarak tanımlanan bu 6 stratejik hamle için aşağıdaki araştırmaların yürütülmesi, projelerin uygulanması ve eylemlerin hayata geçirilmesi önerilmektedir.

EN DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİ

Eylem No	1
Eylem	Hazırgiyim imalatının dijitalleşmesi ve ileri otomasyonu için kapsamlı fizibilite çalışması
Sorumlu Kuruluş	* Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı * İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Kamu * Perakendeciler * Dijital Çözüm Sağlayıcıları
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Uçtan uca dijitalleşme ve otomasyon olanaklarının belirlenmesi ve fayda maliyet analizlerinin yapılması * Perakendeciler ile entegrasyon sağlama konusunda fizibilite çalışması yapılması * İHKİB’in dijitalleşme konusunda çevrimiçi çözüm platformu oluşturması konusunda fizibilite çalışması yapılması

Eylem No	2
Eylem	Dijital imalat kullanım senaryoları kitaplığının oluşturulması ve tanıtımı
Sorumlu Kuruluş	*İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Üniversitelerle sektörün dijitalleşmesi konusunda kurumsal ortaklık yapılması
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Hazırgiyim imalatında kullanılabilecek dijital teknoloji kullanım senaryolarının (use case) belirlenmesi * Kullanım senaryosu kitaplığının oluşturulması * Kullanım senaryosu kitaplığının düzenli bir şekilde güncellenmesi * Seminerler düzenlenerek kullanım senaryoları konusunda farkındalık ve talep yaratılması * Kullanım senaryolarının İHKİB web sitesi üzerinden yayımlanması

Eylem No	3
Eylem	Dijital entegrasyon pilot projesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * Pilot perakendeci * Dijital çözüm sağlayıcıları * Otomasyon çözüm sağlayıcıları * Pilot imalatçılar
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Dijitalleşme ve otomasyon konusunda yapılacak fizibilite çalışması sonrasında belirlenecek öncelikler çerçevesinde bir pilot proje tasarlanması (pilot teknoloji alanları, süreç, perakendeci ve üreticilerin tespit edilmesi dahil) * Pilot projenin uygulanması, sonuçlarının izlenmesi ve duyurulması

Eylem No	4
Eylem	Dijital tasarım ve prototip geliştirme konusunda Ar-Ge Projesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* TÜBİTAK ile eş finansman * Üniversite veya kamu araştırma merkezleri
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Dijital moda tasarımcılığı konusunda pilot eğitim programı tasarlanması 20-25 genç tasarımcının dijital hızlı moda tasarımı konusunda eğitilmesi * Eğitim altyapı ihtiyaçlarının belirlenmesi * Eğitim müfredatının ve materyallerinin hazırlanarak resmi müfredata dahil edilmesi

Eylem No	5
Eylem	Dijital hızlı moda tasarımcısı pilot eğitim programı
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * Milli Eğitim Bakanlığı ile eş finansman * Üniversite * Meslek Yüksek Okulları
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Dijital moda tasarımcılığı konusunda pilot eğitim programı tasarlanması * 20-25 genç tasarımcının dijital hızlı moda tasarımı konusunda eğitilmesi * Eğitim altyapı ihtiyaçlarının belirlenmesi * Eğitim müfredatının ve materyallerinin hazırlanarak resmi müfredata dahil edilmesi

Eylem No	6
Eylem	E-ticaret kanalının daha etkin bir şekilde kullanılmasının sağlanması
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * Elektronik Platformlar
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Başta perakendeciler olmak üzere sektörün tüm oyuncularının çoklu kanal strateji geliştirmelerinin ve çoklu kanal yetkinliklerinin güçlendirilmesi * Büyük elektronik platformlarla dijital entegrasyonu da içeren uzun erimli stratejik ortaklık olanaklarının araştırılması ve stratejik ortaklık modellerinin geliştirilmesi * Elektronik satış platformlarından ihracatçılarımızın daha fazla ve etkin bir şekilde faydalanmalarını sağlayacak bir destek mekanizmasının geliştirilmesi

Eylem No	7
Eylem	Hazırgiyim dijital dönüşüm merkezinin kurulması
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile eş finansman * Pilot perakendeci * Dijital çözüm sağlayıcıları * Otomasyon çözüm sağlayıcıları * Pilot imalatçılar
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Dijital model fabrika kurulmasına yönelik çalışmaların yapılması * İstanbul'da dijital model fabrika kurulması * Firmalara yönelik deneyimsel eğitimlerin verilmesi ve öğren-dönüş programlarının uygulanması * Üniversitelerle yeni dijital teknik ve teknolojilerin geliştirilmesi için projeler yapılması

Eylem No	8
Eylem	Dijitalleşmeye yönelik devlet desteklerinin tasarlanması ve sunulması
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı * Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* İHKİB * KOSGEB
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Mevcut destek programları çerçevesine firmaların dijital dönüşümlerini destekleyecek unsurların eklenmesine yönelik çalışmalar yapılması * İlgili bakanlıklarla işbirliği içerisinde çalışarak destek programlarının güncellenmesi ve/veya yenilerinin tasarlanması

Eylem No	9
Eylem	İnsan kaynaklarının geliştirilmesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Mili Eğitim Bakanlığı * Üniversiteler * Yüksek okullar * Sürekli eğitim merkezleri
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Üç boyutlu modelleme vb. dijital araçları etkin bir şekilde kullanabilen modelist vb. yetiştirilmesi

KÜRESEL İLK 100'DE 5 TÜRK MARKASI

Eylem No	10
Eylem	En iyi markalaşma stratejilerine yönelik programlar oluşturulması
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* İHKİB * Birleşmiş Markalar Derneği
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Yurtiçi ve yurtdışından uzmanların katılımıyla markalaşma stratejileri konusunda en iyi uygulama örneklerinin tespit edilmesi * En iyi örnekler çerçevesinde Türk markaları için geçerli olabilecek stratejik program seçeneklerinin hazırlanması

Eylem No	11
Eylem	Markalaşmaya yatırımların teşvikine devam edilmesi
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* İHKİB * Birleşmiş Markalar Derneği * Üniversiteler * Sektör Uzmanları
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Türkiye’de halihazırda güçlü ve lojistik bakımdan deneyimli üreticiler başta olmak üzere sektör oyuncularıyla markalaşma çalıştayları düzenlenmesi * Markalaşma konusunda en iyi stratejilerden yola çıkılarak potansiyel gelişim alanlarının belirlenmesi ve fizibilite çalışmalarının yapılması * Yatırım planlaması konusunda sektöre danışmanlık verilmesi * En iyi stratejik programlar doğrultusunda yapılan yatırımların mevcut ve yeni destek programlarıyla desteklenmesi için çalışılması (marka satın almalarının da önemli bir seçenek olarak ele alınması)

Eylem No	12
Eylem	Perakende mağazalar açmaya uygun coğrafyaların ve lokasyonların belirlenmesi
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı Ticaret Ataşelikleri * Birleşmiş Markalar Derneği
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Perakende rekabetinin çok yoğun olduğu pazarların dışındaki gelişmekte olan ve genç nüfuslu Çin gibi ülkelerde mağaza açmaya uygun potansiyel şehirlerin belirlenmesi * Coğrafi bilgi sistemleri vb. analiz yöntemleri ile Türk markaları için en uygun şehir içi lokasyonların tespit edilmesi * Sonuçların ortak kullanıma açık hale getirilmesi

Eylem No	13
Eylem	Yurtdışında flagship mağazalar açılması
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Birleşmiş Markalar Derneği * Hazırgiyimi tamamlayıcı sektörlerden oyuncular
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Yurtdışında ortak mağaza açma konusunda sektör oyuncularının koordine edilmesi * Hem bireysel markalara, hem ülke markasına katkı için çok markanın içinde olacağı flagship mağazalar açılması

Eylem No	14
Eylem	“Mağaza” kavramının yeniden tanımlanması
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı * Birleşmiş Markalar Derneği
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* İnternetin kanalının hızla büyüdüğü pazarlarda geniş müşteri tabanlı web siteleri yoluyla ya da trafiği yoğun yeni siteler oluşturarak e-ticaretin kullanılması konusunda sektörün bilgilendirilmesi * Bu kanalın müşterinin ürünü görebileceği fiziksel noktalarla desteklenmesine yönelik programlar oluşturulması * Gelişmiş ülkelerde kira ve personel giderlerini düşük tutmak için mağaza açmak yerine, ilk etapta kullanılabilecek çok markalı mağazalardaki marka bazlı alanların (“shop-in-shop”) tespit edilmesi ve bunlarla ilk görüşmelerin gerçekleştirilmesi

Eylem No	15
Eylem	Yurtdışında ortak operasyon imkanları yaratılması
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* İHKİB * Hazırgiyimi tamamlayıcı sektörlerden oyuncular * Birleşmiş Markalar Derneği
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Yoğun olarak ihracat yapılan lokasyonlarda ortak kullanıma açık lojistik depoları oluşturulması

VERİMLİLİKTE ÖNCÜ ÜRETİCİ

Eylem No	16
Eylem	Yalın üretim konusunda sektörde farkındalık ve bilinç yaratılması
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı * Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* İHKİB * Üniversiteler
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Hazırgiyim ve tekstil sektöründe yalın üretim en iyi uygulamalarının yer aldığı çevrimiçi kütüphane oluşturulması * Yalın üretim prensipleri, pratikleri ve somut faydaları konusunda küçük ve orta ölçekli üreticileri bilgilendirici ve yönlendirici eğitim programları düzenlenmesi * Yalın üretim konusunda örnek teşkil edecek model fabrikanın kurulması, deneyimsel eğitimlerin verilmesi ve öğren-dönüş programlarının uygulanması

Eylem No	17
Eylem	Yalın üretime yönelik yatırımların desteklenmesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Üniversiteler
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Yalın üretim prensiplerinin temel performans göstergesi olarak kabul edildiği destek programlarının ilgili bakanlıklarla işbirliği içerisinde oluşturulması * Şirketlerin yalın üretim dönüşümüne yönelik olarak yapacakları fiziki ve beşeri yatırım konusunda danışmanlık hizmetleri verilmesi

HIZLI MODA TASARIMI VE KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERDE ÖNCÜ

Eylem No	18
Eylem	Bütünsel bir yol haritası hazırlanması ve Uluslararası Tasarım Merkezi kurulması
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile planlama için finansman * AB eş-finansmanı (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) * Uluslararası tasarım merkezleri * İstanbul Moda Akademisi * Ulusal ve uluslararası perakendeciler
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Türkiye'nin hızlı moda tasarımcılığı konusunda çekim ve deha merkezi haline gelmesi için Uluslararası Tasarım Merkezi kurulmasını da içeren bütünsel bir yol haritasının hazırlanması * Hızlı moda tasarımı başta olmak üzere, tasarımcı yetiştirilmesi için tasarım merkezi planlanması * Merkezin iş modelinin bütünsel yol haritasını destekleyecek şekilde (uluslararası işbirlikleri, yurtdışından tasarımcı çekilmesi, yurtdışına tasarımcı gönderilmesi, özel sektöre tasarımcı yetiştirilmesi, ulusal ve uluslararası yarışmaların düzenlenmesi, eğitim vb.) hazırlanması * Merkezin eğitim müfredatının perakendeciler ve üreticilerin görüşleri ile oluşturulması * Yurtiçi ve yurtdışından eğitmenlerin getirilmesi

Eylem No	19
Eylem	Hızlı moda tasarımcılarının ve tasarımcılığının teşvik edilmesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB *Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Kamu * Perakendeciler * Üreticiler
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Hızlı moda perakendesinde öne çıkan/çıkacak olan modayı takip/tahmin eden hızlı moda tasarımcılarının ödüllendirileceği yarışmaların, ulusal ve küresel perakendecilerle işbirliği içinde tasarlanması, planlanması ve hayata geçirilmesi * Hızlı moda tasarımı konusunda umut vaat eden, yetkin tasarımcıların tespit edilerek yurtdışında deneyim kazanmasının sağlanması (hızlı moda burs programı) * Yurtdışındaki yetenekli hızlı moda tasarımcılarının yurtiçine getirilmesi için çalışma yapılması * Perakendeciler tarafından geliştirilen hızlı moda tasarımı deneyiminin ve beklentilerin aktarılması * Üreticilerin hızlı moda tasarımında bilinçlenmesi ve yatırım yapılması

Eylem No	20
Eylem	Talebi artan katma değerli ürünler için trend takibi ve hedef pazarların tavsiye edilmesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Trend takibi yapılarak talebi yüksek ürünlerin tespiti ve bu ürünler için hedef pazarların seçilmesi * Düzenli periyotlarla hızlı moda tasarımındaki gelişmelerin üyelerle paylaşımı * Geliştirilen hızlı moda tasarımlarıyla katma değerli ürünlere odaklanılması

Eylem No	21
Eylem	Teknik ve akıllı tekstille ilgili işbirliği geliştirilmesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Teknik tekstil ürünleri üreticileri * İTHİB
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Katma değeri yüksek ürün üretilmesi için gerekli olan tekstil ve hammaddenin üretimi için İTHİB başta olmak üzere gerekli kurumlarla işbirliği geliştirilmesi * Üretici ve perakendecilerin görüşleri doğrultusunda ihtiyaç duyulan tekstil malzemelerinin belirlenmesi * Teknik ve akıllı tekstil üretimin teşviki * Pazar verilerini takip ederek karlılığı yüksek yeni teknoloji tekstil kullanılan ürünlere odaklanılması * Gerekli tekstil ve hammadde ihtiyacının öncelikle yerli üreticiden karşılanması

“MADE FULLY IN TURKEY”

Eylem No	22
Eylem	Tekstil sektörü ile işbirliğinin artırılması
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı * İTHİB * Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Pamuk üretiminden başlayıp hazır giyim ürünlerinin imalatına kadar uzanan değer zincirinin rekabetçiliğini bütünsel bir şekilde (uçtan uca) geliştirecek bir perspektifin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması * Tekstil sektörünün Hazır giyim İhracat stratejisini daha iyi bir şekilde destekleyebilmesi için atması gereken adımların tekstil sektörü ile beraber belirlenmesi * Hazır giyim açısından vazgeçilmez olan tekstil sektörünü, geçici önlemlerle (ilave gümrük vergisi vb.) korumak yerine, tekstil sektörünün rekabet gücünü sürdürülebilir bir şekilde artıracak önlemlerin belirlenmesi * Değer zincirinde potansiyeli yüksek hammadde sağlayıcılarıyla kazan-kazan prensibine dayalı stratejik işbirlikleri oluşturulması

Eylem No	23
Eylem	Çevreye duyarlı üretim yetkinliklerinin geliştirilmesi ve Türkiye'nin «çevreye en duyarlı» olduğunun etkin bir şekilde tanıtımı
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı (analitik çalışmalar, PR kampanya-sı ve çevre uyum maliyetleri eş finansmanı) * Hammadde imalatçıları * Avrupa pazarında sosyal medya kullanımı ile PR konusunda ihtisaslaşmış bir firma ile işbirliği
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Avrupa pazarının rakip ülkelerden ithal ettiği ürünlerin karbon emisyonun Türkiye'den ithal edilen ürünlerle karşılaştırmalı analizinin yapılması ve Türkiye'den alım yapmanın çevresel avantajının somut veriler bazında ortaya konulması * Çevreye en duyarlı üretici markası için gerekli duyarlılığın hammadde üreticilerinde oluşmasının sağlanması * Ulusal marka imajının riske atılmaması için sektörün çevresel denetimler konusunda kuvvetli bir iç disiplin geliştirmesi * Çevreye uyum maliyetlerinin çevreye uyumun getireceği ticari fayda ile kıyaslanarak, kamunun çevreye uyum maliyetlerini daha etkin bir şekilde desteklemesi için bir destek programı tasarlanması * Doğrudan Avrupalı tüketicileri hedefleyen bir sosyal medya tanıtım kampanyası düzenlenmesi

Eylem No	24
Eylem	Hazırgiyim «Döngüsel Ekonomi» stratejisinin geliştirilmesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman * Konu hakkında ihtisaslaşmış üniversiteler, uluslararası örgütler ve özel sektör temsilcileri
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Sektörün (özellikle hızlı moda) çevresel etkilerinin azaltılmasında Türkiye'nin küresel lider olmasını ve bu konunun ulusal marka değerini artırmak için kullanılmasını sağlayacak olanakların belirlenmesi * Veriye dayalı fayda-maliyet analizlerinin yapılarak, döngüsel ekonomiye geçişin sağlanması * Kamunun sektörün döngüsel ekonomi uygulamalarında küresel lider hale gelmesi için vermesi gereken desteklerin belirlenmesi ve gerekli teşvik mekanizmalarının tasarlanması * Firmaların döngüsel ekonomiye geçişini kolaylaştıracak teknolojilerin belirlenmesi ve bu konuda yapılabilecek geri dönüşüm vb. alanlarda Ar-Ge projelerinin tespit edilmesi * Türkiye'nin döngüsel ekonomi değer önermesini küresel ölçekte tanıttak kampanyaların planlanması * Hazırgiyim Döngüsel Ekonomi Stratejisi'nin hazırlanması

Eylem No	25
Eylem	Hazırgiyim «Döngüsel Ekonomi» stratejisinin uygulanması
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı - Eş-finansman * TÜBİTAK * Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile işbirliği * Sektörel kuruluşlar (dernekler, birlikler vb.)
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Sektörün döngüsel ekonomi uygulamalarında küresel lider hale gelmesi için kamu desteklerinden faydalanmasının sağlanması * Firmaların döngüsel ekonomiye geçişini kolaylaştıracak teknolojiler konusunda Ar-Ge projelerinin uygulanması * Ekonomi Bakanının himayelerinde her yıl en çevreci üretim uygulamalarının tanıtımı ve ödüllendirilmesi * Türkiye'nin döngüsel ekonomi değer önermesini başta Avrupa pazarı olmak üzere küresel ölçekte tanıttacak kampanyaların uygulanması * Stratejinin diğer muhtemel eylemlerinin uygulanması ** Pamukta su ve kimyasal kullanımının azaltılmasına yönelik GTHB1 ile işbirliği ** Çevreci üretimde sektörün iç disiplin geliştirmesi için gerekli mekanizmaların hayata geçirilmesi

Eylem No	26
Eylem	Üretimden ihracatta toptancılığın kaldıraç olarak kullanılmasına yönelik fizibilite çalışması
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile fizibilite raporunun eş finansmanı
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Başta Avrupa pazarı olmak üzere toptancılık modelinin başarılı olacağı pazarların tespiti * Toptancılık piyasasına giriş yöntemlerinin (satın alma, toptancı kurma vb.) fayda-maliyet analizi * Toptancılık piyasasındaki ana başarı unsurlarının (iş ağı, işletme sermayesi yönetimi, lojistik vb.) belirlenmesi ve başarı ve başarısızlık hikayelerinin analizi * Satın almak için hedef şirketlerin (pazarda yerleşik olan toptancılar) belirlenmesi ve analiz edilmesi * Şirketin İHKİB'in bir iştiraki olarak kurulmasına yönelik fizibilite çalışması yapılması * Alternatif iş ve işletme modellerinin belirlenmesi ve analiz edilmesi * Firmaların toptancı kurmalarının kamu tarafından nasıl desteklenebileceğinin belirlenmesi

PERAKENDE DEĞER ZİNCİRİNDEKİ OYUN ALANINI GENİŞLETMEK

Eylem No	27
Eylem	Toptancılığa verilebilecek devlet desteklerinin tasarımı
Sorumlu Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* İHKİB * 3. taraf lojistik yönetim firmaları * Lojistik firmaları * Akıllı depo yönetimi sistem sağlayıcıları * Finansman kuruluşları
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Fizibilite çalışması sonucunda seçilecek iş modeli ve pazara giriş yöntemine göre kamu tarafından sağlanabilecek desteklere ilişkin öneriler geliştirilmesi; örneğin ** Risk paylaşımı ** Kredi faiz desteği ** Yatırım desteği (akıllı depo, lojistik sistemler, dijital sistemler vb.) * İşletme sermayesi desteği * Önerilerin ilgili kamu otoritesi (Ticaret Bakanlığı vb.) tartışılarak ilgili mevzuat düzenlemelerinin tasarlanması

Eylem No	28
Eylem	Sektörün organizasyonu
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB * Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* KOSGEB (KOBİ destekleri)
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Fizibilite çalışması sonucunda seçilecek iş modeli ve pazara giriş yöntemine göre istekli üreticilerin organize edilerek optimum portföye ulaşılması * Türkiye'den tedarikin kolaylaştırılmasına ve güvence altına alınmasına yönelik mekanizmalar geliştirilmesi

Eylem No	29
Eylem	İlk toptancının faaliyete geçirilmesi
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman, risk paylaşımı ve diğer destekler * Üretici firmalar
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* Fizibilite çalışması sonucunda belirlenecek iş modeli kapsamında ilk toptancının faaliyete geçirilmesi * Uygulamanın çok dikkatli bir şekilde takip edilerek iş modelinin mükemmelleştirilmesi * Edinilecek deneyimler çerçevesinde kamu desteklerinin revizyonuna ilişkin önerilerin geliştirilmesi ve kamu otoritelerine sunulması * Başarı hikayesinin ve edinilen derslerin paylaşımı ile özel sektörün toptancılık sektörüne girişinin özendirilmesi

Eylem No	30
Eylem	Diğer pazarlarda da toptancılar kurulması
Sorumlu Kuruluş	* İHKİB
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	* Ticaret Bakanlığı ile eş finansman, risk paylaşımı ve diğer destekler * Toptancı firmalar * Üretici firmalar
Yapılacak İşlem ve Açıklama	* İlk uygulamadan edinilecek dersler çerçevesinde toptancılık modelinin çalışacağı diğer öncelikli pazarlarda da tedricen toptancılar kurulması veya kurulmasının desteklenmesi

TEKSTİL SEKTÖRÜ

Eylem No	1
Eylem	Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgesinde Tekstil ve Hazırgiyim Yatırımları Projesi
Sorumlu Kuruluş	Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği
Performans Göstergesi	Proje ile, işverenler bölgedeki vatandaşlara verilen sosyal yardım haricindeki maliyetleri üstelenecektir. Sosyal yardımlar, yeni kurulacak işletmelerde istihdamı sağlanacak personel için kullanılacak ve bu bütçe üretime ve istihdama kazandırılacaktır. Tersine Göç Projesi” ile hedeflenen, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde başta âtıl durumda bulunan kamu binaları olmak üzere uygun meskenlerde tekstil – konfeksiyon atölyelerine çevrilerek, üretime kazandırılmasını sağlamaktır. Böylelikle hem kamu hem işverenler hem de sosyal yardım alan vatandaşların fayda sağlayabileceği bir model hayata geçirilecektir. Proje ile özellikle güvenlik ve işsizlik sorununun yoğunluk gösterdiği ilçelerde Türk tekstil sektörünün yeni fabrika ve atölyeler açması ve bu amaç doğrultusunda bölgede âtıl kamu binalarının üretim tesislerine dönüştürülmesi amaçlanmaktadır.
Yapılacak İşlem ve Açıklama	2018 yılında Türkiye’nin sosyal yardımlar için ayırdığı bütçe tutarı 50,8 milyar TL olmuştur. Türkiye Büyük Millet Meclisi Plan Bütçe Komisyonu’nda kararlaştırıldığı üzere 2019 yılı bütçesinde ise sosyal yardımlara ayrılan tutar, bir önceki yıla göre %22 oranında artarak 62,1 milyar TL’ye çıkarılmıştır. 2019 yılı toplam bütçesinin %6,5’una denk gelen Sosyal Yardımların önemli bir bölümünün terör mağdurlarına ve dar gelirli ailelere sağlandığı bilinmektedir. Bunun yanında Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde âtıl vaziyette bulunan birçok kamu binası bulunmaktadır. Proje ile amaçlanan kamunun, diğer bölgesel teşviklerinden ayrı olarak, özellikle Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgesinde verdiği sosyal yardımlar ve diğer desteklerin üretime kazandırılmasıdır.

Eylem No	2
Eylem	Türkiye’de özellikli tekstil ürünlerinin kullanımı zorunluluğu getirmesi
Sorumlu Kuruluş	Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği
Performans Göstergesi	Getirilecek yasal mevzuat; insan sağlığını koruyabileceği gibi, sektörün de bu alandaki üretiminin artmasını sağlayacak ve üretimi artırarak firmaları istihdama teşvik edecek, bu alandaki uzmanlaşma orta vadede daha fazla ihracat artışına imkân sağlayacaktır. Aynı zamanda bu zorunluluğun getirilmesi, hali hazırda geleneksel tekstil üretimi gerçekleştiren tekstil firmalarının da teknolojik dönüşümüne katkı sağlayarak, bu alanda üretim gerçekleştirmelerini teşvik edecektir. Kamu otoritesinde herhangi bir mali yük oluşturmayacak ve sadece kanuni bir düzenleme ile otel – hastane – okul ve yurt gibi alanlarda insan sağlığını koruyacak olan bu proje; tekstil sektörünün de dönüşümünde önemli bir rol oynayacaktır.
Yapılacak İşlem ve Açıklama	Dünya’nın birçok yerinde uygulanmasına rağmen, Türkiye’de kamu binalarında, yurtlarda ve otellerde anti bakteriyel, nefes alabilen, yanmayan, buruşmayan vb. gibi nitelikli tekstil ürünlerinin kullanımı zorunluluğu bulunmamaktadır. Ülkemizde bahse konu nitelikli tekstil ürünlerinin kullanım zorunluluğu olmaması, insan sağlığını olumsuz etkilemekte ve hatta zaman zaman çıkan yangınlarda insanların hayatlarını kaybetmelerine sebep olabilmektedir. Türkiye nano teknolojik, anti bakteriyel, nefes alabilen, yanmayan, buruşmayan, terletmeyen tekstil ürünleri üretimi ve ihracatı gerçekleştirebilen; bu konuda uzmanlaşmış bir ülkedir. Kamu otoritesi tarafından kamu binaları, okullar, yurtlar, oteller, hastaneler vb. gibi alanlarında kullanılan tekstil ürünlerinin, yukarıdaki niteliklere haiz, özellikli tekstil ürünleri ile kullanımının zorunlu olması sağlanmalıdır.

Eylem No	3
Eylem	Türkiye’de üretimi olmayan tekstil ürünlerinin Türkiye’de üretilmesine yönelik teşvik sisteminin oluşturulması
Sorumlu Kuruluş	Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği
Performans Göstergesi	Oluşturulacak sistem; Yeni yatırım – üretim ve istihdam imkânları doğuracak, İthalatın önüne geçecek, Cari açığın kapanmasına en büyük faydalardan birini sağlayacaktır.
Yapılacak İşlem ve Açıklama	Türkiye ekonomisinin en önemli gündem maddelerinden bir tanesi cari açıktır. İhracatta tüm zamanların ihracat rekorunun kırıldığı 2018 yılında dahi cari açık 55 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Buna karşın hazır giyim sektörü ile birlikte değerlendirildiğinde tekstil sektörü 2018 yılında 15 milyar dolar, 2000 yılından bu yana ise 200 milyar doların üzerinde dış ticaret fazlası vermiştir. Türkiye’de üretimi yeterli seviyede olmayan tekstil sektöründeki ithalat kalemlerinin Türkiye’de üretilmesine imkân tanıyan bir teşvik sistemi oluşturularak cari açığın kapanmasına katkı sağlanmalıdır. Kamu tarafından oluşturulacak teşvik sistemi ile Türkiye’de üretimi yeterli seviyede olmayan (paraşüt kumaşı – airbag gibi) katma değeri yüksek ürün gruplarında yatırım yapmak isteyen firmalara özel, hangi bölgede yatırım yapılacağına bakılmaksızın teşvik sistemi oluşturulmalıdır.

Eylem No	4
Eylem	Tekstil ve hammaddeleri sektörünün dijital dönüşümü
Sorumlu Kuruluş	Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği
Performans Göstergesi	Firmaların dijital dönüşümünü sağlayabilmesini teminen firma başına yaklaşık 1.000.000 TL bütçe öngörülmektedir. Tekstil ve hammaddeleri sektöründe dijital dönüşümden yaklaşık 500 firmanın faydalanması öngörülmektedir. Tekstil ve hammaddeleri sektöründeki 500 firmanın desteklenmesiyle sektörün dijital dönüşümüne totalde 500 Milyon TL bütçe ayrılması talep edilmektedir. Sektörün Ar-Ge ve inovasyon kabiliyetine en fazla katkı sağlayacak desteklerden biri olacak bu projenin hayata geçmesi ile birlikte, projenin 5 yıl içerisinde sektör ihracatına 2 milyar dolar artı değer sağlayacağı öngörülmektedir. Sektör ihracatına ilave 2 milyar dolar katkı sağlayacağı öngörülen bu proje, aynı zamanda hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün katma değerli ihracatında da önemli bir rol oynayacaktır. Zira ihracatta 18 \$/KG birim fiyatla Türkiye'nin en fazla katma değerli ihracatını gerçekleştiren üçüncü sektör konumundaki hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün bu başarısının altındaki en temel sebep, en önemli tedarikçisi konumundaki tekstil ve hammaddeleri sektörümüz ile entegre çalışıyor olmasından kaynaklanmaktadır.
Yapılacak İşlem ve Açıklama	Tekstil ve hammaddeleri sektörümüz 2018 yılında 10,6 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiş olup; Türkiye'ye 400 binin üzerinde istihdam sağlamaktadır. Son 2 yılda yaklaşık %80 oranında kapasite kullanım oranı ile çalışan tekstil ve hammaddeleri sektörümüz, yeni ve katma değeri yüksek üretim gerçekleştirilebilecek yatırımlara ihtiyaç duymaktadır. Bu kapsamda tekstil ve hammaddeleri sektörünün dijitalleşmesi için gereken yatırım maliyetlerinin devletimiz tarafından, bölge ayrımı yapılmaksızın desteklenmesi gerekmektedir.

DERİ VE DERİ MAMÜLLERİ SANAYİ

Eylem No	1
Eylem	Kurulu kapasitenin kullanılması ve uluslararası kriterlere uygun üretim yapılmasına yönelik teşvik sistemi
Sorumlu Kuruluş	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği
Performans Göstergesi	Deri ve deri mamulleri sektöründe yeni yatırımların teşvik edilmesi, hali hazırdaki âtıl kapasitenin daha da artmasına ve kaynak israfına sebep olacaktır. Halihazırda, görece yüksek kapasite ile çalışan alt sektörlerimizde büyük ölçekli üretim sağlayacak yeni yatırımlara ihtiyaç duyulmakta iken, tabakhane sektörümüz gibi âtıl kapasite ile çalışan sektörlerimizde, yeni fabrikaların kurulmasından ziyade, kurulu kapasitelerin uluslararası kriterlere de uygun olarak üretim yapmasına yönelik bir teşvik sistemine ihtiyaç duyulmaktadır. Sektörde oluşan doğal kümelenmeyi de koruyarak, sosyal uygunluk kriterlerini de karşılayacak bir fiziki altyapı ile üretim alanlarının planlanması, ihracatımızın artışına önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.
Yapılacak İşlem ve Açıklama	Deri ve deri mamulleri sektörü, 2018 yılı ortalama kapasite kullanım oranı %58,8 ile en düşük kapasite ile çalışan sektörlerden biri konumundadır. Sektör bu kadar düşük kapasite ile çalışırken, yatırım teşvik sistemi kapsamında bilhassa tabakhane sektörümüzden gelen yeni üretim alanı kurulmasına yönelik destek taleplerinin kabul edilmemesi gerekmektedir.

Eylem No	2
Eylem	Ayakkabı sektöründe planlanmış sanayi bölgelerine ihtiyaç duyulmaktadır
Sorumlu Kuruluş	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği
Performans Göstergesi	2018 yılında Türkiye'nin ayakkabı ihracatı %16 oranında artarak 888 milyon dolar değerinde gerçekleşmiş ve tüm zamanların en yüksek ihracat rekoruna ulaşmıştır. Kilogram başı birim fiyatı 8 dolar ile Türkiye ortalamasından 6 kat daha katma değerli olan ayakkabı sektörü ihracatı, deri ve deri mamulleri sektörünün de lokomotif konumundadır. Türkiye ayakkabı ihracatının %64'ü İstanbul'da gerçekleştirilmekte olup, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği üyesi 600'ü aşkın ayakkabı ihracatçısı bulunmaktadır. Ancak 600'den fazla ayakkabı ihracatçısı içerisinde, ihracatçıların çok büyük bir bölümü 30 – 40 yıllık eski daire ve depolardan bozma bölümlerde üretim gerçekleştirebilmekte; sektör, ihtiyaç duyduğu üretim alanlarına ulaşamamaktadır. Sektör içerisinde deri – kürk konfeksiyona benzer bir şekilde doğal kümelenme alanı bulunmamakta olup, sektör İstanbul ili içerisinde dağınık bir alanda üretim gerçekleştirmektedir. Üretim alanlarının küçüklüğü ve yetersizliği, uluslararası alıcıların Türkiye ziyaretlerinde de sektöre ilişkin yanlış bir algı oluşturmaktadır. İlgili üretim tesislerinin oluşturulması ile sektör algısı hızla yukarı taşınacak ve değer bazında ihracatta Türkiye'nin sıralaması hızla yükselecektir.
Yapılacak İşlem ve Açıklama	Dünya'daki örnek projelerin de incelenerek İstanbul ilinde, işçilerin taşınabilmesine olanak sağlayacak uzaklıkta ve firma başına 2 – 3 bin m2'lik büyüklüklerde dizayn edilecek ayakkabı sektöründe planlanmış sanayi bölgelerine ihtiyaç duyulmaktadır

Eylem No	3
Eylem	Sektörün sosyal uygunluk denetimlerinin desteklenmesi
Sorumlu Kuruluş	Ticaret Bakanlığı
İşbirliği Yapılacak Kuruluş	İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği
Performans Göstergesi	Ticaret Bakanlığı'nın 2014/8 sayılı Pazara Giriş Desteği kapsamında sosyal uygunluk belgesi almak isteyen firmaların ilk yıla ait belge kullanım ücretleri 250.000 ABD Dolarını aşmamak kaydıyla %50 oranında desteklenmektedir. Ancak sosyal uygunluk belgesi alabilmenin ana maliyet kalemlerini, belge alma sürecinden önceki tefrişat, eğitim ve danışmanlık maliyetleri oluşturmaktadır. 50 – 100 kişi arası çalışanı olan bir işletmenin sosyal uygunluk kriterleri danışmanlığı maliyetinin (yangın güvenliği, makine bakımları, eğitim - danışmanlık, iş sağlığı güvenliği uzmanı 1 yıllık ücreti, periyodik sağlık taramaları) ortalama 150.000 TL olacağı ön görülmektedir. Deri ve deri mamulleri sektöründe faaliyet gösteren 1000 firmaya özel, sosyal uygunluk kriterleri danışmanlık ve tefrişat giderlerinin de destekleneceği, sektöre özel yerinde teşvik mekanizması oluşturulmalıdır. Oluşturulacak teşvik mekanizması ile 1000 firmanın giderinin 100 Milyon TL olması öngörülmektedir. (Hesaplama 100 ve üzeri kişi çalıştıran firmaları da kapsayacak şekilde yapılmıştır.) Oluşturulacak bu destek mekanizması ile birlikte sosyal uygunluk kriterlerine haiz deri ve deri mamulleri ihracatı, orta vadede ihracatını 3 milyar doların üzerine çıkarabilecek; sektör dünya markası olabilme adına önündeki en önemli adımlardan birini atmış olacaktır.

Yapılacak İşlem ve Açıklama	2017 yılında 258 milyar dolar değerinde gerçekleşen deri ve deri mamulleri ihracatının büyük bir kısmını Çin gerçekleştiriyor olsa da dünyadaki ülkelerin hemen hemen tamamı deri ve deri mamulleri ürünleri üretebilmekte ve ihraç edebilmektedir. Rekabetçiliğin çok yoğun yaşandığı küresel sistemde, uluslararası alıcılar artık müşteri seçimlerinde hızlı termin süreleri – ürünün kalitesi vb. gibi operasyonel kısımların yanında, alışveriş yapacağı firmanın mutlaka sosyal uygunluk kriterlerinin tamamlanıp tamamlanmadığını sorgulamakta; firmalara sosyal uygunluk kriterlerine ilişkin ödevler verebilmektedir. Deri ve deri mamulleri sektörünün ana ihraç kalemlerinden biri olan ayakkabı sektöründen örnek verilecek olursa, Türkiye yıllık 500 milyon çift ayakkabı üretimi ile Dünya’nın en büyük 6. üreticisi, 8. ihracatçısıdır. Ancak değer bazında ihracatta Türkiye, Dünya’da 25. sırada yer almaktadır. Türkiye’nin en köklü sektörlerinden biri konumundaki deri ve deri mamulleri sektörü değer bazında ihracatını artırabilecek tecrübe ve alt yapıya sahip olmasına karşın; sektörümüz ürünlerinde son derece önemli katma değer artışı sağlayabilecek sosyal uygunluk kriterlerine haiz olunmadığı için, sektörümüz potansiyelinin altında birim fiyatlarla ihracat gerçekleştirilmekte, doğru uluslararası alıcılara ulaşamamaktadır. Dolayısıyla deri ve deri mamulleri sektörümüzde uluslararası sosyal uygunluk kriterlerine haiz firmaların olması, ihracatta fark yaratabilmek için elzemdir. Türkiye geneli deri ve deri mamulleri sektöründe üretim gerçekleştiren yaklaşık 9.000 firma bulunmaktadır. Bahse konu firmaların sosyal uygunluk kriterlerinin tamamlanması ve firmaların sosyal uygunluk belgelerine (WRAP, BSCI, Sedex, marka denetimleri vb.) sahip olmaları ile birlikte 2018 yılında ihracatta kilogram başı birim fiyatı 11 \$/KG değerinde gerçekleşen deri ve deri mamulleri ihracatındaki katma değer hızla artabilecek ve 1,7 milyar dolar değerinde gerçekleştirilen ihracat; orta vadede 3 milyar doların üzerine çıkabilecektir.
--------------------------------	--

4. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

4.1. Sektörün/Tematik Konunun Ülkemizin Gelişmesine Katkısının Değerlendirmesi

2019-2023 plan dönemi dünyada hem teknolojik hem de ticari ve siyasi alanda belirsizliklerin en fazla yaşanacağı dönem olarak öngörülmektedir.

Bu kapsamda, ülkemizin ekonomik kalkınmasında 1980 yılından itibaren ihracata dayalı kalkınma modeli sayesinde öncü olan ve elde ettiği sermaye ve bilgi birikimi sayesinde ülkemizde diğer sektörlerin de gelişimine öncü olan hazır giyim ve konfeksiyon, tekstil, deri ve deri mamulleri ve halı sektörlerimizin, ülkemizin 100'üncü kuruluş yıldönümü olan 2023 yılına yine öncü sektörler olarak girebilmesi ve küresel tedarik zincirindeki konumunu daha da iyileştirebilmesi için küresel ekonomide ve teknoloji alanında yaşanan dönüşüm sürecine adapte olabilmesine yönelik girişimlerin hayata geçirilmesi çok önemlidir.

Sektörlerimizin AB pazarındaki mevcut rekabetçi yapısının daha da güçlenmesi, diğer pazarlarda kalıcı olarak uygun dağıtım ve perakende koşullarının oluşturulabilmesi, sektörün üretim altyapısının güçlendirilmesi ve dijitalleşme/otomasyon/sanayi 4.0 sürecini yakalayabilmesi, insan kaynağının bu dönüşüme uygun olarak geliştirilmesi, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik alanında daha kapsamlı gelişmelerin kaydedilmesi ve tüketicinin odak noktası haline getirilerek inovatif pazarlama kabiliyetinin geliştirilmesi öncelikli hedefler olarak görülmektedir.

Bu çerçevede, sektörlerimizin raporda ayrıntıları şekilde belirtilen karşı karşıya kaldığı sorunlarının, yukarıda tarif edilen hedefler ışığında çözüme ulaştırmaya yönelik önlemler hızlı bir şekilde hayata geçirilmelidir. Ayrıca, sektörlerimizin gelecek vizyonu ve 2023 yılına güçlü ve rekabetçi girebilmelerini temin etmek üzere atılması gereken adımlar ve yapılması gereken eylemler, kapsayıcı ve yapıcı bir bakış açısıyla değerlendirilmeli ve devlet eliyle teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

Yazılı Kaynaklar

- *Hazırgiyim Sektörü Vizyon Belgesi*, (2017), İstanbul, Karadeniz Kitap.
- Suni ve Sentetik İplik Üreticileri Birliği, 2017.

İnternet Kaynakları

- Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi (Erişim Tarihi: Nisan, 2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu Resmi İnternet Sitesi, <http://www.tuik.gov.tr> (Erişim Tarihi, Aralık, 2017).
- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı – Verimlilik Genel Müdürlüğü Bilgi Sistemi, <http://vi.sanayi.gov.tr/> (Erişim Tarihi: Aralık, 2017).
- Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmi İnternet Sitesi, <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> (Erişim Tarihi: Nisan, 2018).
- İhracatçı Birlikleri Kayıt Sistemi (Erişim Tarihi: Nisan, 2018).
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Elektronik Veri Dağıtım Sistemi, <https://evds2.tcmb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: Ocak, 2018).
- International Textile Manufacturers Federation Resmi İnternet Sitesi, <https://www.itmf.org/publications/statistics-publications> (Erişim Tarihi: Mayıs, 2018).
- International Cotton Advisory Committee – ICAC (Uluslararası Pamuk İstişare Komitesi) Resmi İnternet Sitesi, <https://icac.org/> (Erişim Tarihi: Mayıs, 2018).
- International Trade Center, Trade Map Resmi İnternet Sitesi, <https://www.trademap.org/Index.aspx> (Erişim Tarihi: Mayıs, 2018).
- İzmir Ticaret Borsası Resmi İnternet Sitesi, <https://itb.org.tr/> (Erişim Tarihi: Mayıs, 2018).



T.C.

KALKINMA BAKANLIĞI

YÖNETİM HİZMETLERİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ DAİRESİ BAŞKANLIĞI

Ankara 2018

Necatibey Cad. No: 110/A 06100 Yücetepe - ANKARA
Tel: +90 (312) 294 50 00 • Faks: +90 (312) 294 69 77

KALKINMA BAKANLIĞI YAYINLARI BEDELSİZDİR, SATILAMAZ.