



THE POWER OF TURKEY IN TEXTILE EXPORT AND THE DIMENSION OF COMPETITION WITH CHINA

DOI: 10.17261/Pressacademia.2022.1577

PAP- GBRC-V.15-2022(9)-p.54-58

Nisanur Bayraktar¹, Ayberk Seker²

¹Bursa Technical University, International Trade and Logistics, Bursa, Turkey.

n.bayraktar12@hotmail.com , ORCID: 0000-0003-3302-0887

²Bursa Technical University, International Trade and Logistics, Bursa, Turkey.

ayberk.seker@btu.edu.tr , ORCID: 0000-0001-7750-6286

To cite this document

Bayraktar, N., Seker, A., (2022). The power of Turkey in textile export and the dimension of competition with China. PressAcademia Procedia (PAP), 15, 54-58.

Permanent link to this document: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2022.1577>

Copyright: Published by PressAcademia and limited licensed re-use rights only.

ABSTRACT

Purpose- The textile and ready-made clothing sector is the leading industry, which dates back to very old times and has a lot of competition. The textile industry, where the competitive environment is increasing day by day, has a key role in global trade, especially in developing countries, both in export potential, employment opportunities and economic development. Turkey has a very important position in the textile and ready-to-wear industry and has reached a competitive level with many countries. Turkey's textile and ready-to-wear industry has become a major competition with its development over time and the added value it provides economically. The purpose of the study is to determine the importance of textile and ready-made clothing exports within Turkey's total exports and the competition size with China.

Methodology- For this purpose, Turkey's position in the textile and ready-made clothing sector and export potential were first evaluated. China, which then proved its success in the world trade, was briefly mentioned in the textile and ready-made clothing industry and examined the competition size between Turkey and Turkey. In the study, the trend analysis was used, and with the help of paintings, the export values in the textile and ready-made clothing sector of both countries, their changes over the years, the number of places in the world trade, and what size of competition they are from there.

Findings- In the trend analysis, it was found to be the country that exports the most textiles and clothing in China, based on the findings from the tables. Turkey has also been one of China's biggest competitors, but has managed to enter the top 10 of the countries that export the most textiles and ready-made clothing each year. There is also an increase in the export volume of textile and ready-made clothing over the years.

Conclusion- Based on the findings, we can say that China is a threat to all countries in the textile and clothing industry. Each year, he was the first in the industry to export the most textiles and ready-made clothing. However, in the developing country against China, which has a very large economy, Turkey has proven itself in this sector with its share of exports in the textile and clothing industry. Turkey has shown that there is a potential competitor in the industry, increasing its exports of textiles and clothing by year-on-year.

Anahtar Kelimeler: Textile and ready clothing sector, export, Turkey-China competition, trend analyses.

JEL Codes: F10, F19, L67.

TÜRKİYE'NİN TEKSTİL İHRACATINDAKİ GÜCÜ VE ÇİN İLE OLAN REKABET BOYUTU

ÖZET

Amaç- Tekstil ve hazır giyim sektörü, çok eski dönemlere dayanan ve rekabetin oldukça fazla olduğu sektörlerin başında gelmektedir. Rekabet ortamının her geçen gün artış gösterdiği tekstil sektörü, küresel ticarete özellikle gelişmekte olan ülkeler için gerek ihracat potansiyeli gerek istihdam olanakları gerekse de ekonomik kalkınma açısından önemli bir role sahiptir. Türkiye, tekstil ve hazır giyim sektöründe çok önemli konuma sahip olup birçok ülke ile rekabet edilebilir seviyeye ulaşmıştır. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörü zaman içerisinde göstermiş olduğu gelişme ve ekonomik açıdan sağladığı katma değer ile birlikte önemli bir rekabet dalı haline gelmiştir. Çalışmanın amacı tekstil ve hazır giyim ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içerisindeki öneminin ve Çin ile olan rekabet boyutunun ortaya konulmasıdır.

Metodoloji- Belirtilen amaç doğrultusunda ilk olarak Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründeki konumu ve ihracat potansiyeli değerlendirilmiştir. Daha sonra dünya ticaretindeki başarısını kanıtlamış olan Çin'in, tekstil ve hazır giyim sektöründen kısaca bahsedilmiş ve Türkiye ile arasındaki rekabet boyutu değerlendirilmiştir. Çalışmada trend analizinden faydalanmış olup tablolar yardımıyla her iki ülkenin tekstil ve hazır giyim sektöründeki ihracat değerleri, incelenen dönemler boyunca gerçekleşen değişimleri, dünya ticaretindeki sıralamaları ve buradan yola çıkarak aralarındaki rekabet boyutu incelenmiştir.

Bulgular- Yapılan trend analizinde, tablolardan elde edilen bulgular doğrultusunda Çin'in ülkeler içerisinde en fazla tekstil ve hazır giyim ihracatı yapan ülke konumunda olduğu görülmüştür. Türkiye de Çin'in en büyük rakiplerinden birisi olmasının yanında, her sene en fazla

tekstil ve hazır giyim ihracatı yapan ülkeler arasında ilk 10'a girmeyi başarmıştır. Aynı zamanda yıllar içerisinde tekstil ve hazır giyim ihracat hacminde artış söz konusudur.

Sonuç- Bulgular doğrultusunda Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe tüm ülkeler için tehdit unsuru olduğu görülmektedir. Her yıl en fazla tekstil ve hazır giyim ihracatı yaparak bu sektörde ilk sıraya yerleşmiştir. Buna karşın oldukça büyük ekonomiye sahip olan Çin karşısında gelişmekte olan ülke konumunda ki Türkiye, tekstil ve hazır giyim sektöründe sahip olduğu ihracat payıyla bu sektörde kendini kanıtlamıştır. Türkiye tekstil ve hazır giyim ihracatında her sene bir önceki yıla göre artış göstererek bu sektörde potansiyel rakip olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Tekstil ve hazır giyim sektörü, ihracat, Türkiye-Çin rekabeti, trend analizi.

JEL Kodu: F10, F19, L67

1. GİRİŞ

Dünya ekonomisi 1990'lardan bu yana hızlı bir şekilde dönüşüm süreci içerisinde. Ekonomideki bu dönüşüm hem ülke içinde hem de uluslararası anlamda rekabeti arttırmış ve daha önemli bir boyuta taşımıştır. Bu süreçte, özellikle farklı ülkelere açılarak, ticaret yapmak isteyen işletmeler, iç ve dış pazarda bulunan rakip işletmelerle ürün fiyat ve kalitesi konusunda, önceden olduğundan daha fazla bir rekabet ortamıyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Buradan yola çıkarak rekabet gücü, herhangi bir ülkenin üretim gücünün ve yeterliliğinin istikrarlı bir şekilde artış sağlaması olarak tanımlanabilir. Başka ve daha kapsamlı bir tanımla rekabet gücü, ülkelerin üretimini yaptığı ürün ve hizmetlerinin devamlı ve düzgün bir şekilde artış sağlayarak, iktisadi anlamda refah seviyesini yükseltip, ülkede yaşayan toplumun yaşam koşullarını daha iyi bir hale getirmesini ifade etmektedir (Bostanvd,2010:44).

Rekabetin en fazla olduğu sektörlerin biri de tekstil sektörüdür. Tekstil, lifin ilk olarak ipliğe ardından giysiye dönüşümüne dayanan bir sektördür. Tekstil sektörü ise, başlangıçta iplik ve kıyafet gibi tekstil ürünlerinin üretim aşaması ve tasarımını konu alan bir endüstridir. Tekstil ürününün hammadde doğal ya da sentetik olabilmektedir. Sanayi inkişabına kadar ürünler genel itibarıyla evde, makine kullanılmadan, tamamen insan emeği ve el gücüyle üretilmiştir. Sonrasında makinelerin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte insan gücünün yerini makineler almış, fabrikalar kurulmuş ve seri üretime geçilmiştir. Ülkelerin iktisadi açıdan kalkınmasında stratejik öneme sahip olan sektörlerin başında tekstil gelmektedir. Tekstil sektörü gerek ihracat gerekse iş olanağı açısından özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomisi için büyük önem arz etmektedir (Kaya ve Oduncu, 2016: 419).

2. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE TÜRKİYE'DE TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Örme veya dokuma anlamına gelen Tekstil, Latince'den gelen "texere" kavramında oluşmuştur. Tekstil, çeşitli ip veya elyaftan çeşitli işlemler kullanılarak yüzey oluşturma sanatı olarak ifade edilebilmektedir. Giyim insanlarla eş değer yaşta olduğu aşikârdır. İnsanların en önemli ihtiyaçlarından birisidir. Bu durum tekstil sektörünün ne kadar önemli bir sektör olduğunu göstermektedir.

Dünya üzerinde insanların ilk yerleşim yerlerinden birisi özelliğine sahip olan Anadolu'da hemen hemen 3000 senelik Hazır giyim ve tekstil üretimi yapılmaktadır. Anadolu, sanayi devrimine kadarki süreçte tekstil üretiminde özellikle ipek ve pamuk endüstrisinde ve bunların ticaretinde Hindistan'dan sonra gelen en önemli merkez konumundaydı. Bu durum Sanayi reformuyla birlikte Avrupa'nın piyasaya kaliteli, buna karşın düşük maliyetli üretimlerini sunmasıyla zamanla rekabette geri planda kalmasına neden olmuştur. Bu nedenle cumhuriyet dönemiyle birlikte Türkiye, dünya ticaretindeki eski gücüne kavuşabilmek için tekstil ve sanayi sektörüne ayrı bir önem vermiştir (Yücel,2010:230).

Tablo 1: Türkiye'nin Hazır Giyim-Konfeksiyon Uluslararası Ticareti ve Değişim Oranları (2009-2020)

Yıllar	İhracat	Değişim %	İthalat	Değişim %
2015	16.756.309.314	-9,3	2.846.994.376	-7
2016	16.728.668.951	-0,2	2.690.818.029	-5,5
2017	16.804.601.827	0,5	2.263.491.664	-15,9
2018	17.356.602.202	3,3	1.852.595.218	-18,2
2019	18.186.905.305	4,8	1.713.343.893	7,5

Kaynak: İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği

Tablo 1'de Türkiye'nin yıllara göre hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe yapmış olduğu ihracat ve ithalat değerleri verilmiştir. 2015 yılından 2019 yılına gelene kadar değişimler gerçekleşse de ihracat ve ithalatın aynı düzeylerde seyrettiği görülmektedir. Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe oldukça iyi bir konumda olan Türkiye'nin ihracatının ithalatından neredeyse 9 kat daha fazla olduğu hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe dış ticaret fazlası elde edildiği görülmektedir.

Tablo 2: Türkiye'nin Tekstil-Hammadde Uluslararası Ticareti ve Değişim Oranları (2009-2020)

Yıllar	İhracat	Değişim %	İthalat	Değişim %
2015	7.590.798.394	-11,1	8.270.402.329	-14,9
2016	7.565.586.124	-0,3	8.170.984.324	-1,2
2017	7.848.430.604	3,7	9.508.905.655	16,4
2018	8.254.566.343	5,2	8.568.573.920	-9,9
2019	7.841.586.443	-5	8.794.931.706	2,6

Kaynak: İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği

Tablo 2’de ise Türkiye’nin tekstil ve hammadde ticaretinin oranları verilmiştir. Bu tablodan anlaşılacağı üzere, Türkiye’de hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinin tekstil ve hammadde ticaretinden çok daha iyi konumda olduğu görülmektedir.

3. ÇİN’İN TEKSTİL SEKTÖRÜNDEKİ KONUMU VE TÜRKİYE İLE REKABETİ

Dünya genelinde bir değerlendirme yapıldığında tekstil ve hazır giyim sektöründe en iyi konumda ve büyük bir pazar payına sahip olan ülkelerin başında Çin gelmektedir. Çin iplik, lif, pamuk ve örme konusunda oldukça zengin bir ülkedir. Aynı zamanda Çin Tekstil sektörünün yönetim, denetim, mali ve pazarlama gibi bölümlerinde farklı ülkelerdeki yatırımcılardan faydalanmaktadır. Çin genel olarak orta ve düşük kaliteye sahip ürünler üretmesinin yanında son dönemlerde hazır giyimde katma değerini artırdığı ve ürünlerinin kalitesini yükselttiği görülmektedir (Yıldız, 2019: 127).

Çin, tekstil ve hazır giyim ihracatında birinci sıradadır. Avrupa Birliği (İtalya, Almanya, Fransa, İspanya başta olmak üzere), Hindistan, ABD, Türkiye, Pakistan, Vietnam, gibi ülkeler ilk 10 içerisinde yer almaktadır (Uyanık ve Çelikel, 2019: 36). Çin, tekstil, hazır giyim ve deri ürünlerinde üretim üssü olma özelliğine sahiptir. Bütünleşmiş üretim düzeni, büyük ölçümlü siparişleri üretebilme yeteneği ve işçilik maliyetinin az olması dolayısıyla yer aldığı uluslararası pazarlarda fiyat üstünlüğü ile ön plana çıkmaktadır.

Tablo 3: Pamuklu ve Dokuma Kumaşlar (SITC grubu 652) Ticaret Değerleri (2006-2020)

Yıllar	Ş BAZINDA DEĞERLER (Milyar \$)		TEKSTİL GENELİNDEKİ YÜZDE (%)		DÜNYA TİCARETİNDEKİ YÜZDESİ (%)	
	İHRACAT	İTHALAT	İHRACAT	İTHALAT	İHRACAT	İTHALAT
2016	27,7	21,3	1,4	1,1	0,2	0,1
2017	27,5	20,4	1,3	1	0,2	0,1
2018	28	21,3	1,2	0,9	0,1	0,1
2019	26,1	19,4	1,2	0,9	0,1	0,1
2020	20,9	15	1	0,7	0,1	0,1

Kaynak: International Trade Statistics Yearbook,2020

Tablo 3’te pamuklu ve dokuma kumaşlar (SITC grubu 652) grubunun 2016-2020 seneleri arasındaki ticaret değerleri ve yüzdeleri verilmiştir. 2016 ve 2019 seneleri arasında en az ihracat düzeyi 20,9 milyar ABD doları ile 2020 senesinde gerçekleşmiştir. Pamuklu ve dokuma kumaşlarının ithalat değerlerine bakıldığında 2016-2018 seneleri arasında en düşük ithalat değeri, 15 milyar ABD doları ile 2020 yılında görülmüştür. 2020 senesinde pamuklu ve dokumalı kumaşların (SITC grubu 652), tekstil sektöründe, dünya genelindeki ithalatının %0,7’sini, ihracatının %1,0’ünü, tüm mal ithalatı ve ihracatının ise %0,1’ini kapsamaktadır.

Tablo 4: Dünyadaki Pamuklu ve Dokumalı Kumaşlar(SITC grubu 652) İhracatı (2020)

	Değer (Milyon \$)	Ortalama Büyüme (%)	Büyüme (%)	Dünya Payı (%)
Dünya	20.869,60	-6,8	-20,1	100,0
Çin	10.158,30	-7,1	-21,4	48,7
Pakistan	1.748,10	-5,2	-15,1	8,4
Hindistan	1.573,10	-0,8	-19,5	7,5
İtalya	819,50	-9,5	-25,0	3,9
Türkiye	781,80	-7,9	-14,9	3,7
Almanya	543,60	-8,2	-18,4	2,6

Kaynak: International Trade Statistics Yearbook,2020

Tablo 4’te 2020 senesinde pamuklu ve dokumalı kumaşlar (SITC grubu 652) grubunun ihracat değerleri verilmiştir. En büyük ihracatçısının %48,7’lik oranla Çin olduğunu görülmektedir. Çini takiben %8,4’lük oranla Pakistan ve %7,5’lik oranla Hindistan gelmektedir. Türkiye’nin bu ürün grubunda %3,7’lik oranla ilk beşin içine girerek güzel bir başarı yakaladığını söylemek mümkündür.

Tablo 5: Giyim Eşyası, Dokumaya Elverişli Kumaşlar (SITC grubu 845) Ticaret Değerleri (2006-2020)

Yıllar	Ş Bazında Değerler (Milyar \$)		Tekstil Sektöründeki Yüzdesi (%)		Dünya Ticaretindeki Yüzdesi (%)	
	İTHALAT	İHRACAT	İTHALAT	İHRACAT	İTHALAT	İHRACAT
2016	136,4	141,7	7,2	7,1	0,9	0,9
2017	142,7	146,6	7,2	7	0,8	0,8
2018	152,4	156,3	7,1	7	0,8	0,8
2019	152,8	159,2	7,1	7,1	0,8	0,9
2020	147,4	151,8	7,4	7,3	0,8	0,9

Kaynak: International Trade Statistics Yearbook,2020

Tablo 5'te giyim eşyası, dokumaya elverişli kumaşlar (SITC grubu 845) grubunun ihracatının 2016-2010 dönemleri arasında ithalattan az olduğu görülmektedir. 2019 yılında ithalat 152,8 milyar ABD dolarına kadar çıkarak 2016-2019 dönemleri arasındaki en yüksek ithalat hacmine ulaşmıştır. İthalat hacmi 2016 yılından 2020 yılına kadar sürekli bir artış göstermiş olsa da ihracat düzeyini geçememiştir.

4. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründeki ihracat potansiyeli ve Çin'in tekstil sektöründeki konumuna ilişkin birçok çalışma yer almaktadır. Bu bölümde Türkiye'nin hazır giyim ve tekstiline ilişkin çalışmalardan söz edilecektir. Aynı zamanda Çin'deki hazır giyim ve tekstil sektörünün gücüne ilişkin çalışmalar da bu bölümde değerlendirilmiştir.

Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim, AB ve ABD piyasalarında Çin'in karşısındaki rekabet gücünü inceleyen Altay ve Gacaner (2003), çalışmada Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksinden yararlanmıştır. Yapılan analizlerde Türkiye'nin tekstil sektöründe AB ve ABD piyasasında rakiplerinin karşısında üstünlük sağladığı sonucuna varılmıştır.

Tekstil sektöründe Türkiye'nin Çin karşısındaki bir rekabet gücünü inceleyen Aydoğuş ve Diler (2009), çalışmalarında 1996 ve 2007 seneleri arasındaki verileri kullanmıştır. Yapılan çalışmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısının hesaplaması yapılmıştır. Elde edilen hesaplama sonuçlarına göre Çin her ne kadar tekstilde öncü niteliğinde de olsa Türkiye'nin rekabet gücünün Çin'in karşısında daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırma sonucunda tekstil sektöründe Türkiye'nin rekabet gücünün Çin'e göre yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim endüstrisinin global rekabetteki konumu ortaya araştıran Yücel (2010), çalışmasında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler teorisinden Balassa'nın ve Vollrath'ın 3 yaklaşımını kullanılmıştır. 1998-2008 yılları arasındaki uluslararası rekabet gücü ortaya konmuş, kotaların kaldırılmasıyla birlikte Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe meydana getirdiği tehdit unsurlarını incelenmiştir.

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatında uluslararası rekabet gücünü inceleyen Erkan (2013), 1980'li yıllardan bu yana sürdürdüğü ihracata bağlı büyüme ve sanayileşme politikasının hem meydana getirdiği katma değer, hem de sağladığı istihdam bünyesinde özünü oluşturan tekstil ve hazır giyim sektörünün global pazarlara ihracatında rakipleriyle olan rekabet düzeyinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Çalışmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarından (Balassa Endeksi, Vollrath Endeksi, ihracat-ithalat Oranı Endeksi) faydalanılmıştır.

1995-2013 yılları arasında Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünü analiz eden Şahin (2015), çalışmada açıklanmış karşılaştırmalar üstünlük yaklaşımı kullanılmış ve ürün grupları baz alınarak hesaplama yapılmıştır. Değerlendirmeler neticesinde her iki ülke arasında yüksek derecede bir rekabetin olduğu fakat bu analize göre Türkiye'nin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısının Çin'in karşısında biraz daha yüksek olduğu görülmüştür.

Literatür incelemesi sonucunda, gerçekleştirilen çalışma kapsamında Türkiye'nin tekstil sektöründeki gelişimi ve tekstil sektörünün ihracattaki payı ele alınmıştır. Aynı zamanda dünya genelinde tekstil sektörünün hem ihracatta hem de ithalattaki potansiyeline verilerle değinilmiştir. Söz konusu potansiyel her bir ülke içinde tablolarda incelenmiştir. Türkiye'nin tekstil sektöründeki gücü yıllar bazında ele alındığında Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe Çin için potansiyel bir rakip olduğu verilerle ortaya koyulmuştur. Hazırlanan bu çalışma ile n daha sonra hazırlanacak olan çalışmalar için farkındalık oluşturacağı ve daha derin analizler ile tekstil endüstrisinde Türkiye'nin ticaret potansiyeline ilişkin yeni çalışmaların gerçekleştirileceği düşünülmektedir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörü ihracat hacmi ve üretimde sağladığı yüksek kapasiteli performansı sayesinde en önemli sektörlerden biridir. Dünyanın her geçen gün değişmesi ve gelişmesi beraberinde sektördeki rekabeti de arttırmıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için emek yoğun üretimlerin gerçekleştirilmesi ve diğer sektörlerle göre daha az sermaye ihtiyacı doğurması sebebiyle, tekstil ve hazır giyim sektörü önemli bir sektör konumuna gelmiştir. Yapılan çalışmada Türkiye'nin tekstil ihracatındaki gücü ve Çin ile olan rekabet boyutu trend analizleri kullanılarak ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Çalışmada trend analizi için, tekstil sektörünün pamuklu ve dokuma kumaşlar, kumaşlar, dokumalar, suni ve sentetik tekstil malzemeleri ve giyim eşyası, dokumaya elverişli kumaşlar gibi alt kategorileri ele alınmış, ülkelerin bu sektörlerdeki ticaret düzeylerini gösteren tablolar incelenmiştir. Tablolar incelendiğinde, tekstil endüstrisinde Türkiye ve Çin rekabet gücünün oldukça yüksek olduğu iki ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Trend analizlerinde ihracat potansiyeli ve hacmi en yüksek ülkenin Çin olduğu gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre tekstil ve hazır giyimde Çin, rekabet açısından diğer ülkeler karşısında önemli tehditler oluşturmaktadır. Fakat yine ihracat tablolarında listenin başlarında yer alan buna karşın ithalattı düşük olan ve gelişmekte olan ülke konumunda olan Türkiye, yüksek üretim kapasitesine sahip Çin karşısında önemli bir rakip konumundadır. Türkiye'nin her yıl tekstil ve hazır giyimdeki ihracat düzeyini artırması da Çin karşısında potansiyel rekabetini sürdürdüğünün kanıtı niteliğindedir.

REFERENCES

- Altay Topçu, B., Sürmeli Sarıgül, S. (2015). Comparative advantage and the products mapping of exporting sectors in Turkey. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(18): 330-348.
- Aydoğuş, İ., Diler, H.G. (2009). *Tekstil Ürünleri İhracatında Stratejik Dış Ticaret Yaklaşımı: Türkiye ve Çin Üzerine Bir Uygulama*. Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 11(2): 1-17.

- Bostan, A., Ürüt, S., Ateş, İ. (2010). Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü: Avrupa Birliği Ülkeleri ile Bir Karşılaştırma. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 8(13): 43-58.
- COMTRADE (2020). International trade statistics yearbook 2020. Erişim linki: <https://comtrade.un.org/pb/downloads/2020/VolII2020.pdf>, Erişim tarihi: 18.05.2022.
- EGİAD (2020). Çin raporu: kuşak,yol ve saat kulesi Çin ile ekonomik ilişkilere İzmir ve Ege bölgesinden bakış. Erişim linki: <https://www.egiad.org.tr/wp-content/uploads/arastirma-raporlari/egiad-cin-raporu.pdf>, Erişim tarihi: 20.05.2022.
- Erkan, B. (2013). Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(1): 93-110.
- İHKİB (2020). Türkiye genel, hazır giyim ve tekstil dış ticareti. Erişim linki: <https://www.ihkib.org.tr/wp-content/uploads/2020/06/03/turkiye-genel-hazirgiyim-tekstil-ih-ith-2020-ocak-mart-kapakli-202006031740580907-9C38B.pdf>, Erişim tarihi: 23.05.2022.
- Kaya, Ö., Oduncu, A. (2016). Türk Tekstil Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Değerlendirmesi. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, 54:418 - 428.
- Şahin, D. (2015). Türkiye ve Çin'de Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücünün Analizi. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, 47:155 - 171.
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2020). Tekstil, Hazır giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu (2020). Erişim linki: <https://www.sanayi.gov.tr/assets/pdf/plan-program/TekstilHazirgiyimveDeriUrunleriSektorleriRaporu2020.pdf>, Erişim tarihi: 21.05.2022.
- T.C. Ticaret Bakanlığı (2022). Çin ülke profile. Erişim Linki: https://ticaret.gov.tr/data/5f3b925713b876ea88e4c9c4/chc_ulke_profil_2021_11.pdf, Erişim tarihi: 22.05.2022.
- Uyanık, S., Çelikel D. (2019). Türk Tekstil Endüstrisi Genel Durumu. Teknik Bilimleri Dergisi, 9(1):32 - 41.
- Yıldız, B. (2019). Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabetçi Yaklaşımlar (İstanbul örneği). Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi, Gaziantep.
- Yücel, Y. (2010). Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdidi. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 29(2): 227-250.