

# PARADOKS EKONOMİ, SOSYOLOJİ VE POLİTİKA DERGİSİ

PARADOKS ECONOMICS, SOCIOLOGY AND POLICY JOURNAL

ISSN: 1305-7979

2018, Cilt/Vol: 14, Sayı/Num: 2 / Issue-1, Page: 43-58





## Editörler / Editors in Chief

Doç. Dr. Elif KARAKURT TOSUN  
Doç. Dr. Sema AY  
Dr. Hilal YILDIRIR KESER

## TARANDIĞIMIZ INDEXLER



Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir. Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors. None of the contents published cannot be used without being cited.

## Yayın ve Danışma Kurulu / Publishing and Advisory Committee

Prof. Dr. Veysel BOZKURT (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Marijan CINGULA (University of Zagreb)  
Prof. Dr. Recai ÇINAR (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Aşkın KESER (Uludağ Üniversitesi)  
Prof. Dr. Emine KOBAN (Gaziantep Üniversitesi)  
Prof. Dr. Senay YÜRÜR (Yalova Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sema AY (Uludağ Üniversitesi)  
Assoc. Prof. Dr. Mariah EHMKE (University of Wyoming)  
Doç. Dr. Zerrin FIRAT (Uludağ Üniversitesi)  
Assoc. Prof. Dr. Ausra REPECKIENE (Kaunas University)  
Assoc. Prof. Dr. Cecilia RABONTU (University "Constantin Brancusi" of TgJiu)  
Doç. Dr. Elif KARAKURT TOSUN (Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ferhat ÖZBEK (Gümüşhane Üniversitesi)  
Dr. Murat GENÇ (Otago University)  
Dr. Hilal YILDIRIR KESER (Uludağ Üniversitesi)

## Hakem Kurulu / Referee Committee

Prof. Dr. Hamza ATEŞ (Kocaeli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Veysel BOZKURT (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Marijan CINGULA (University of Zagreb)  
Prof. Dr. Recai ÇINAR (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kemal DEĞER (Karadeniz Teknik Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet Sami DENKER (Dumlupınar Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kadir Yasin ERYİĞİT (Uludağ Üniversitesi)  
Prof. Dr. Bülent GÜNŞOY (Anadolu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ömer İŞCAN (Atatürk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Vedat KAYA (Atatürk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Sait KAYGUSUZ (Uludağ Üniversitesi)  
Prof. Dr. Aşkın KESER (Uludağ Üniversitesi)  
Prof. Dr. Emine KOBAN (Gaziantep Üniversitesi)  
Prof. Dr. Serap PALAZ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ali Yaşar SARIBAY (Uludağ Üniversitesi)  
Prof. Dr. Abdülkadir ŞENKAL (Kocaeli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Veli URHAN (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Sevtap ÜNAL (Atatürk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Sevda YAPRAKLI (Atatürk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Uğur YOZGAT (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Senay YÜRÜR (Yalova Üniversitesi)  
Doç. Dr. Gül ATANUR (Bursa Teknik Üniversitesi)  
Doç. Dr. Tülin ASLAN (Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sema AY (Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Arzu ÇAHANTİMUR (Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ceyda ÖZSOY (Anadolu Üniversitesi)  
Doç. Dr. Elif KARAKURT TOSUN (Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Doğan BIÇKI (Muğla Üniversitesi)  
Doç. Dr. Canan CEYLAN (Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Elif ÇOLAKOĞLU (Atatürk Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mithat Arman KARASU (Harran Üniversitesi)  
Doç. Dr. Burcu KÜMBÜL GÜLER (Kocaeli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ahmet MUTLU (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)  
Doç. Dr. Nilüfer NEGİZ (Süleyman Demirel Üniversitesi)  
Doç. Dr. Veli Özer ÖZBEK (Dokuz Eylül Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ferhat ÖZBEK (Gümüşhane Üniversitesi)  
Assoc. Prof. Dr. Cecilia RABONTU (University "Constantin Brancusi" of TgJiu)  
Assoc. Prof. Dr. Ausra REPECKIENE (Kaunas University)  
Doç. Dr. Gözde YILMAZ (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Aybeniz AKDENİZ AR (Balıkesir Üniversitesi)  
Yrd. Doç. Dr. Cantürk CANER (Dumlupınar Üniversitesi)  
Yrd. Doç. Dr. Ersoy SOYDAN - Kastamonu Üniversitesi  
Yrd. Doç. Dr. Oğuzhan ÖZALTIN - Süleyman Demirel Üniversitesi  
Dr. Murat GENÇ (Otago University)  
Dr. Enes Battal KESKİN (Uludağ Üniversitesi)

# DIŞ TİCARETTE ÜSTÜN OLAN SEKTÖRLERİN GELİŞİMİNDE BEKLENTİ SORUNU: BURSA İLİ ÖRNEĞİ

## THE EXPECTATION PROBLEM IN THE DEVELOPMENT OF SUPERIOR SECTORS IN FOREIGN TRADE: THE CASE OF BURSA PROVINCE

*Dr.Öğr.Üyesi Hakan TUNÇ*

*Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu,  
Uluslararası Ticaret Bölümü,  
htunc@mehmetakif.edu.tr*

*Arş.Gör.İlknur KORKMAZ*

*Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu,  
Uluslararası Ticaret Bölümü,  
ikorkmaz@mehmetakif.edu.tr*

### ÖZET

**D**ış ticarete üstün sektörlerin sürdürülebilirliği açısından sektör temsilcilerinin sektörün bugününe ve geleceğine bakışı oldukça önemlidir. Sektör temsilcilerinin sektörün geleceği hakkında umutlu olması sektörün dış dünyada üstünlüğü koruması adına ihtiyaç duyacağı motivasyonu ve enerjiyi hızlı temin etmesine neden olacaktır.

Bursa ili Türkiye'nin önemli tekstil merkezlerinden biri olup yılda 2 milyar dolar civarında tekstil ihracatı yapmaktadır. Bu çalışmada Bursa ilinde faaliyet gösteren 59 firmaya uygulanan bir anket yardımıyla sektörün geleceğine ilişkin beklentileri tespit edilmiştir. Sonuç olarak ilgili firmalar, sektörün geleceğinden umutlu olduklarını, sektörün bittiğini düşünmediklerini, yabancı tasarımcıların ülkeye gelmesine olumlu baktıklarını, tekstil sektörünün ülkenin stratejik sektörü olduğunu ve yoğun bir Ar-Ge takibi içinde olduklarını beyan etmişlerdir. Ayrıca ilgili beklentiler, Varyans testi yardımıyla firmaların demografik faktörleriyle etkileşimi incelenmiş olup firmaların yaptığı ihracat miktarlarının firmaların sektörün geleceğine ilişkin beklentilerini ve sektörün Türkiye'nin stratejik sektörü olduğuna dair görüşleri etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Tekstil Sektörü, Varyans Testi, Bursa, İhracat, Üstün Sektör

**Jel Kodları:** F1, F10, F11, F12, R1

## ABSTRACT

In terms of sustainability of superior sectors in foreign trade, sector representatives' view to the present and future of the sector is very important. The fact that sector representatives are hopeful about the future of the sector will cause to provide quickly motivation and energy which is needed to protect its superiority in the outside world.

Bursa province is one of the important textile centers of Turkey and it exports about 2 billion dollars of textile exports annually. In this study, with the help of questionnaires applied to 59 companies operating in the province of Bursa, expectations about the future of the sector were determined. As a result, the related companies declared that the industry is hopeful for the future, that the sector is not over, that foreign designers are positive for the country, that the textile sector is the strategic sector of the country and they follow an intensive R&D. In addition, with the help of the variance test, the interaction of the related expectations with the demographic factors of the firms has been examined and it has been reached that the export amounts of the firms affect the expectations of the firms regarding the future of the sector and the opinions that the sector is Turkey's strategic sector.

**Key Words:** Textile Sector, Variance Test, Bursa, Export, Superior Sector

**Gel Codes:** F1, F10, F11, F12, R1

## 1. GİRİŞ

**I**çinde bulunduğumuz dünya coğrafyası, iklim şartları, toprak yapısı, yer altı ve yer üstü kaynaklar gibi doğal unsurların, ülkeden ülkeye farklılıklar göstermesi nedeniyle ülkeler kendi ihtiyaçlarını var olan kaynaklarıyla karşılayamamaktadır. Bu temel kısıtlar ülkeleri dış dünya ile ekonomik ilişki içine girmeye zorlamaktadır. Varlıklarını istikrarlı bir biçimde sürdürmek isteyen ülkeler sınırsız olan ihtiyaçlarını karşılamak için kendi sınırları dışındaki kaynaklara yönelmede bazen de kendi ekonomik coğrafyasında yarattığı ihtiyacından fazla olan kaynakları da dış dünyaya transfer etmek isteyebilmektedir.

Ülkeleri dış ticarete yönelten tek sebep kaynak kıtlığı veya fazlalığı olmamakla birlikte fiyat farklılığı, teknik buluşlar farklılığı, ürün farklılığı (Bayat, 2011: 570), teknoloji, tüketici zevkleri, yetişmiş işgücü, ürünlerin kalite ve kullanılabilirlik farklılığı, gelişmiş girişimcilik ruhu (Esen, 2011: 1) gibi nedenler de mevcuttur.

Ülkelerin dış ticaretlerinin istikrarlı gelişimi öncelikle diğer ülkelere nazaran üstün oldukları sektörleri tespit edip bu sektörler üzerinde yoğunlaşmaları ile doğru orantılıdır. Her ülkenin her malı üretemeyeceği gibi üretebildiği her malı da dış dünyaya satabilmesi mümkün değildir. Bu süreçte iktisadi karar vericiler üstünlüğü tespit eden analiz yöntemleri üzerinde uzmanlaşıp, sadece bugün üstün olduğumuz sektörleri değil gelecekte de üstün olacağımız sektörleri tespit edebilecek yeteneklere sahip olmalıdır. Mevcut üstünlükler tespit edildikten sonra üstünlüğün kalıcılığı ve sürekliliği açısından sektörün sorunları ve beklentileri belirli periyotlarla tespit edilip yeni politikalar üretilmelidir.

Ülkeler, uzmanlaşmaya gittiği herhangi bir üründe diğer ülkelere karşı dış ticarete üstünlük sağlayabilmektedir. Ülkeler arası ticaretteki emtia modelini belirleyen unsurlar, bir ülke tekstil ürünü ihraç ederken diğer ülkenin farklı bir ürün ihraç etmesi dış ticaret teorilerinin temel konusunu oluşturur (Baldwin, 1989: 12). Dolayısıyla dış ticaret teorileri, ülkeleri dış ticarete yönelten nedenleri, dış ticarete üstünlük derecelerini, kazanç ve kayıpları, ülkelerin hangi ürünlerde uzmanlaşmaya gitmesi gerektiğini açıklamaktadır. Dış ticarete uzmanlaşma teorileri Adam Smith'e ait olan Mutlak üstünlükler teorisi ile başlamıştır.

Mutlak üstünlükler teorisinin temelini 'Ulusların Zenginliği' adlı eseriyle atan Adam Smith, dış ticarete mutlak üstünlük kavramını iki ülkeli ve iki mallı bir ticaret modeli yardımıyla açıklamaya çalışmıştır. İki ülke arasındaki bu ticaret, ülkelerin mutlak üstünlüklere sahip olduğu mallara göre yapılmaktadır

(Altay vd., 2009: 160). Teoriye göre, malın fiyatını belirleyen unsur üretimde kullanılan emek miktarının yarattığı maliyettir ve diğer ülkelere göre ucuza üretilen malda rekabet avantajına sahiptir (Bayramoğlu, 2009: 378).

Mutlak üstünlüklerde üretim faktörü olan emek homojendir ve sermaye faktörü ise birikimli emekten meydana gelmektedir. Dolayısıyla; sermaye ayrı bir üretim faktörü olarak ele alınmamaktadır (Bayraktutan, 2003: 177; Yazgan, 2011: 63). Mutlak üstünlükler teorisinde hem büyüme motorunun dış ticaret olduğu (Uçan ve Koçak, 2014: 53) hem de ekonomik gelişme ve dış ticaret arasında ilişkinin varlığı savunulmuş, böylece dış ticaretin emek verimliliğini artırarak teknolojik yeniliklerin ve sermaye birikiminin kazanılmasına katkı sağladığı belirtilmiştir (Kaya ve Şahin, 2015: 436).

Farklı ülkelerdeki ticarete konu olan malların üretim faktörlerindeki bu farklılıklar toprak, iklim ve coğrafi konum gibi doğal avantajlar ve eğitim ve yetenekler gibi kazanılmış avantajlardaki farklılıklar yönünden açıklanmaktadır (Myint, 1972: 232). Smith'e göre yerli halkın istihdamı yabancı ülke vatandaşının istihdamına göre daha avantajlıdır ve sermaye ve emek ilk önce ev (ana ülke) endüstrisine gider (Williams, 1929: 207). Ülke içindeki talepten arta kalan kısım (arz fazlalığı) yurtdışına gönderilmeli ve iç talebi olan başka bir mal için değiştirilmelidir. Bu şekilde gerçekleşen bir ihracat ile bu arz fazlalığı iç talebi olan diğer ürünü üretmenin maliyetini ve emeğini karşılamak için yeterli bir değer elde edebilir (Kurz, 1992: 476). Mutlak üstünlükler teorisinde bir ülkenin her iki mal grubunda da mutlak üstünlüğü varsa, iki ülke arasında herhangi bir ticaretin mümkün olamayacağı belirtilmektedir (Copeland ve Kotwal, 1996: 1745).

David Ricardo ise karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde bu durumu geliştirerek bir ülkenin her iki mal grubunda mutlak üstünlüğe sahip olsa bile dış ticaret yapabileceğini ve bu ticaretten kazançlı çıkabileceğini belirtmiştir (Yazgan, 2011: 63). Çünkü Ricardo teorisinde, uluslararası ticareti açıklamak için mutlak üstünlük durumunun zorunlu olmadığını, karşılaştırmalı üstünlüğün olduğu durumda mutlak üstünlüğün zaten sağlanacağını aktarmıştır. Ancak Ricardo, mutlak üstünlüğün olduğu yerde karşılaştırmalı üstünlüğün illa ki olacağı durumun geçerli olmadığını da teorisinde belirtmiştir (Turhan, 2012: 6).

Ülkelerin diğer ülkelere göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasını belirleyen etken üretim maliyeti farkı değil farklılığın derecesi yani ürün ve üretimde sahip olduğu verimlilik avantajıdır (Chunyan vd., 2012: 346-347). Aynı zamanda Ricardo, emtia fiyat oranının göreceli çıktı ya da faktör oranlarındaki uluslararası farklılıklar tarafından belirlendiğini belirtmiştir (Bhagwati, 1964: 5). Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde üretim faktörleri ülke içinde tamamen hareketliken (tam mobilite) ülkeler arasında hareketsiz olduğu varsayılmıştır (Mundell, 1961: 661; Chipman, 1965: 479). Bir diğer dış ticaret teorisi olan Hecksher-Ohlin'in Faktör Donatımı Teorisi'nde ise üstünlük derecesi; üretimde yoğun olarak kullanılan faktörle ölçülmektedir. Teoriye göre; bir ülke diğer üretim faktörlerine göre göreceli olarak daha üstün olduğu faktörü yoğun olarak kullandığı malda uzmanlaşıp bu malı ihraç ederse dış ticaretten kazançlı çıkmaktadır (Takım, 2010: 3). Karşılaştırmalı üstünlük teorisi Ricardo'dan başlayarak Hecksker-Ohlin'in Faktör Donatımı Teorisi ile devam etmiş ve yeni dış ticaret teorileri altında farklı açılardan ele alınarak günümüze kadar gelişmiştir (Kara ve Erkan, 2011: 70).

Bu çalışmada, Bursa ilinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren ve ihracat yapan 59 firmaya bir anket uygulaması yapılarak sektörün bugününe ve geleceğine bakışları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada öncelikle dış ticarete üstünlük teorilerinin temelini oluşturan mutlak üstünlük kavramına değinilmiş daha sonra Türkiye'de tekstil sektörünün üstünlüğü tartışılmıştır. Son bölümde ise Bursa ilinde tekstil ihracatının yapısı incelenmiş ve anket sonuçları verilmiştir.

## 2. TÜRKİYE'DE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN DIŞ TİCARETTE ÜSTÜNLÜĞÜ

Dış ticaretin serbestleşme sürecinin başladığı 24 Ocak 1980 İstikrar Kararları ile birlikte ithal ikameye dayalı politikalar yerine ihracata dayalı sanayileşme stratejisini benimseyerek dışa açılan ülkemizde hammadde kaynaklarının zenginliği, AB ülkelerine göre daha ucuz işgücü ve ihracatının yapılması planlanan ülkelere olan coğrafi yakınlık gibi dış ticaretteki üstünlükler nedeniyle özellikle tekstil sektörünün başrol oynadığı bazı sektörler ön plana çıkmış ve tekstil sektörünün dış ticaretteki öncülüğü günümüze kadar devam etmiştir (Gacener ve Güçlü, 2003: 123).

Birçok ülke için sürdürülebilir büyümenin bölgesel dayanağı olan tekstil sektörü (Rostow, 1956: 45) yoğun sermaye yerine işgücüne dayalı olması ve pazarda her zaman alıcının olması nedeniyle gelişmekte olan ülkelerdeki girişimcileri bu sektörde faaliyette bulunmaya teşvik etmiştir (Terzioğlu vd., 2008: 380). Bu yüzden Türkiye de karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ve emek üretim faktörünü yoğun olarak kullandığı tekstil sektöründe ilerlemeler kaydederek ihracat performansı açısından sadece kendi iç pazarında değil uluslararası pazarda da önemli paya sahip olmuştur (Çetin, 2006: 257). Tekstil sektörünün hem iç hem de uluslararası pazardaki bu üstünlüğünü esnek üretim yapısı, deneyimli ve eğitilmiş yönetici, hızlı ürün teslimatı, görece fazla ürün çeşitlendirilmesi, sektör hakkında bilgi düzeyi bakımından yakalamakta olup yerli pamuk üretimi, dış pazara yakınlık, AB ve ABD ülkelerine göre işgücü maliyetinin düşüklüğü gibi fırsatları göz ardı etmeden rekabet avantajını sürdürmektedir (Ener ve Yelkikalan, 2004: 6).

Tekstil sektörünün dış ticarete üstün olmasının başlıca göstergeleri olan ekonomiye yaptığı katma değer, ihracat getirisi ve istihdam olanakları ile sektör, ekonominin kalbi olarak görülmektedir (Hatırlı vd., 2003: 93). Sektörün istihdam açısından avantajı sadece ucuz işgücüne sahip olması değil aynı zamanda kadın işgücüne de iş imkanı sağlamasıdır (Alüftekin vd., 2009: 16). Ayrıca, Türkiye'nin en dinamik ve lokomotif sektörü olarak da görülen tekstil sektörü küresel anlamda rekabetin en yoğun yaşandığı sektörlerden de birisidir (Altaş ve Giray, 2005: 16). Çünkü, 1960'lı yıllarda ihracatı koruma altında olan tekstil sektörü 2005 yılında dış ticarete kotaların kaldırılması ile daha rekabetçi bir ortamla karşılaşmış (Hatırlı vd., 2003: 115) ve kotaların yerine Dünya Ticaret Örgütü gümrük tarifeleri getirerek tekstil ticaretini gözetimi altına almıştır (Gacener Atış, 2014: 317). İhracatta karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünlerin başında emeğin yoğun olduğu tekstil sektörü geldiği için uluslararası pazarlarda sürdürülebilir rekabet gücüne hakim olan Türkiye, diğer ülkelere göre rekabet avantajını kaybetmemesi için pazar çeşitlendirmesinin yanı sıra ürün çeşitlendirmesine de dikkat etmelidir (Kara ve Erkan, 2011: 84). Son yıllarda Türkiye ucuz işgücü avantajını Hindistan ve Çin gibi ülkelere kaptırmasına rağmen daha nitelikli işgücü, kalite ve coğrafi konum avantajına sahiptir (Demircan ve Hatırlı, 2003: 138). Dolayısıyla, tekstil sektöründe rekabetin arttığı bu küresel ortamda dış ticarete üstünlüğü ve pazar payını korumak ve aynı zamanda refah artışını elde etmek adına üretimde yeni yöntemleri arge ve teknolojiyle birleştirerek katma değeri yüksek ürünler üretmek, ihracat pazarını çeşitlendirmek, kaliteyi sağlayarak güçlü bir marka imajı oluşturmak, verimli ve gelişmiş işgücünü kullanmak gerekmektedir (Demir, 2003: 56).

Tekstil sektörünün TÜİK verilerine göre dünya pazarları içindeki payına bakıldığında; 2014 yılında Türkiye, dünya tekstil ve konfeksiyon ihracatının %4'ünü gerçekleştirmiş ve 6. sırada yer almıştır. Gerçekleştirilen ihracat 29,5 milyar dolar düzeyinde olarak Türkiye'nin toplam ihracatının %18,7'sine karşılık gelmektedir. Aynı zamanda Türkiye, 2014 yılında dünya tekstil ve konfeksiyon ihracatında Çin ve Hindistan'dan sonra en fazla dış ticaret fazlası veren 3. ülke olarak yer edinmiştir (TÜİK, 2015: 1). Ekonomi Bakanlığının ev tekstili sektör raporunun 2015 yılı verilerine göre; Türkiye'nin ev tekstili

bazında ihracatı 1,9 milyar düzeyinde gerçekleşmiş olup en fazla ihracat yaptığımız ülkeler ise sırasıyla; Almanya, ABD, Fransa, İngiltere, Hollanda'dır. 2015 yılı ev tekstili ithalatımız ise %58,4'lük bölümü Çin'den olmak üzere Çin'i takiben sırasıyla; Bulgaristan ve Bosna Hersek'ten yapılmıştır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016: 2, 4, 6). Teknik tekstil bazında 2015 yılı verileri incelendiğinde; ihracatımız 1,7 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Söz konusu ihracat en fazla Almanya, ABD, Fransa, İtalya, İngiltere ve Mısır'a yapılmıştır. Türkiye'nin 2015 yılında teknik tekstil ithalatı ise 1,8 milyar dolar olarak gerçekleşerek en fazla ithalat yaptığımız ülkeler ise Çin, Almanya ve İtalya olmuştur (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016: 2, 3, 6).

### 3. BURSA İLİ TEKSTİL SEKTÖRÜ İHRACAT YAPISI

Bursa ili ülkemizin önemli üretim ve ihracat merkezlerinden biridir. Bursa ilinin 2016 yılı toplam ihracatı 10 milyar dolar civarında olup ithalatı ise 9 milyar dolar civarındadır. Ayrıca Türkiye'den en çok ihracat gerçekleştiren ilk 5 il içerisinde olan ve bir önceki yıla göre ihracat rakamları artış gösteren tek il Bursa olmuştur (BTSO, 2016). 2017 yılı itibarıyla Bursa ili tekstilde 1.177 milyar dolar ihracat rakamına ulaşırken, Rusya, Almanya, Romanya, İran, Birleşik Krallık, İtalya, Polonya başta olmak üzere dünyanın tamamında 160'dan fazla ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirmektedir (UTİB, 2017).

Türkiye tekstil sektöründe; ülkemizde kurulu kapasite, iş sayısı itibarıyla rotor sayısında ise dünyada dördüncü, genel itibarıyla Dünyada altıncı sıradadır. Avrupa kıtasının en büyük tekstil üretici ülkesi ve dünyanın yedinci büyük pamuk üreticisidir (UTİB, 2017). Avrupa'nın en büyük nevresim üreten fabrikası Türkiye'dedir. Havlu konusunda dünyanın ilk üç tedarikçisinden biridir. Dünya tekstil ihracatında Türkiye'nin payı yaklaşık %3, ev ve mekân tekstillerinde %4,5 ve teknik tekstillerde %1,5'tir (UTİB, 2017). Bursa İlinin 2012-2015 yılları arasında gerçekleşen tekstil sektöründe fasıllara göre ihracat verileri tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1: Bursa İli Tekstil Sektörü Fasıllara Göre İhracat (Milyon Dolar)**

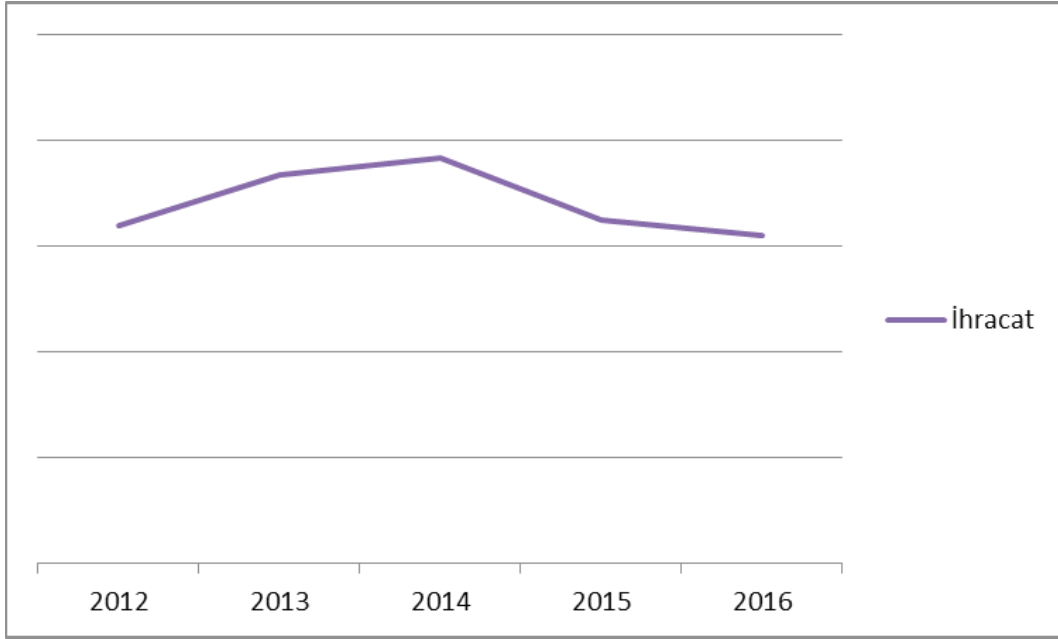
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Kürkler ve taklit kürkleri, bunların mamulleri</b>	641,812	693,46	393,126	181,872	911,885
<b>Deri-saracıye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb. mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya</b>	2.020.144	3.623.008	1.760.267	514,803	1.907.510
<b>Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksamı</b>	2.035.766	252,501	2.780.935	1.785.306	695,054
<b>Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)</b>	2.151.747	2.397.855	3.338.720	3.426.321	6.555.338
<b>Dokumaya elverişli diğer bitkisel lifler, kâğıt ipliği ve kâğıt ipliğinden</b>	3.088.655	6.466.266	6.058.202	4.811.389	14.606.947



	2012	2013	2014	2015	2016
Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat, dokunabilir maddelerden teknik eşya	13.836.629	13.496.099	18.635.367	15.612.384	12.657.084
Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları	38.586.800	36.727.187	36.076.799	27.437.861	27.683.059
Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya	53.229.557	46.759.143	47.492.890	49.913.478	27.516.872
Örme eşya	90.953.500	112.299.798	112.043.989	78.550.325	81.466.804
Özel dokunmuş mensucat, tuftedilmiş dokunabilir mensucat, dantela, duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemler	106.963.853	129.459.397	110.685.388	95.529.833	84.056.602
Sentetik ve suni devamsız lifler	117.024.562	148.688.049	169.289.119	152.732.718	153.546.755
Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	141.608.351	153.605.189	155.936.722	128.775.947	111.567.928
Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	170.504.906	206.378.093	258.803.727	241.113.152	260.736.926
Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar	198.143.272	261.833.587	240.418.380	223.682.378	198.448.432
Örme giyim eşyası ve aksesuarı	212.790.346	193.590.280	195.220.218	136.669.121	135.870.666
Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler	443.057.837	525.551.893	560.071.950	467.258.397	435.535.542
<b>Toplam</b>	<b>1.596.637.737</b>	<b>1.841.821.805</b>	<b>1.919.005.799</b>	<b>1.627.995.285</b>	<b>1.553.763.404</b>

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp>

Tekstil ile alakalı farklı 16 fasılın 2012-2016 yılları arası ihracat verileri incelendiğinde en çok ihracat yapılan fasıl; suni dokumaya elverişli maddeler, arkasından örme giyim eşyası ve dokunmuş diğer eşyalar gelmektedir. Toplamda 2012 yılında 1,596 milyar dolar olan tekstil sektörünün ihracat rakamı 2014 yılında zirve yapıp 1.9 milyar dolara kadar çıkmıştır ve 2016 yılında tekrar 1.553 milyar dolara düşmüştür.

**Şekil 1: Bursa İli Tekstil Sektörü İhracat Trendi (2012-2016, Cari Rakamlar)**

**Kaynak:** Yazar tarafından TÜİK verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Şekil 1'de 2012 ile 2016 yılları arasında tekstil sektöründe gerçekleşen 16 fasılın toplamı olan ihracat verilerinin trendi verilmiştir. 2014 yılına kadar güçlü bir yükseliş trendi gözükürken 2015 ve 2016 yıllarında bir gerileme gözükmemektedir. Fakat 2015 ve 2016 yıllarında gerçekleşen düşüş 2012 verilerinin çok altında seyretmemektedir. Fasıllar incelendiğinde 2015 yılında gerçekleşen düşüşün nedeni dokumaya elverişli madde ihracatı ile örme giyim ihracatındaki düşüşten kaynaklandığı gözükmemektedir. 2016 yılında ise en çok düşüş yine dokumaya elverişli madde ihracatından kaynaklanmıştır.

#### 4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE VERİ SETİ

Çalışmanın bu kısmında Bursa ilinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren ve ihracat yapan 59 firmaya uygulanan bir anket yardımıyla sektörün geleceğine ilişkin beklentiler ve sorunlar ölçülmeye çalışılmıştır. Bursa Uludağ İhracatçılar Birliği verilerine göre Bursa ilinde faaliyet gösteren ve ihracat yapan 584 adet hazır giyim ve konfeksiyon işletmesi mevcuttur (UİB, 2017). Çalışmada 584 adet firmayı temsilen rastgele örneklem yöntemiyle 65 firmaya gidilmiş olup sadece 59 adet firma ankete cevap vermeye razı olmuştur. Bu sayı da anakütlenin yaklaşık %10'udur. Anketler ilgili firmaların dış ticaret departman sorumluları tarafından doldurulmuş olup ankette 5'li likert ölçek kullanılmıştır. 1 cevabının kesinlikle katılmıyorum, 5 cevabının kesinlikle katılıyorum olduğu anketimizin temel istatistik sonuçları tablo 2'de verilmiştir.

#### 5. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI VE BULGULARI

Tablo 2'de Bursa ilinde faaliyet gösteren 59 firmanın sektörün geleceğine ilişkin sorulara verdikleri cevapların ortalamaları verilmiştir. 5'li likert ölçek kullanan modellerde ortalama değer 3 olduğu için 3'ün üstünde ortalamalar güçlü eğilimi, 3'ün altında ortalamalar ise zayıf eğilimi göstermektedir.

**Tablo 2: Temel İstatistik Sonuçları**

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
Tekstil sektöründeki yabancı uzman tasarımcıların ülkemize gelmesi teşvik edilmelidir.	59	3,63	1,202	-,896	-,094
Ar-Ge konusunda teşvikleri takip ediyorum.	59	3,56	,933	-1,231	1,319
Bir gün İstanbul dünyanın moda merkezlerinden biri olacaktır.	59	3,56	1,055	-,481	-,339
Tekstil sektörünün Türkiye'nin stratejik sektörü olduğunu düşünüyorum.	59	3,54	1,236	-,469	-,967
Lojistikte mümkün olduğu kadar dış kaynak kullanıyoruz.	59	3,47	1,209	-,272	-,942
Tekstil şirketleri bir araya gelip sorunlarını tartışmaktadır	59	3,31	1,316	-,498	-,977
Türkiye'nin 2023 vizyonunda tekstil sektörünün önemli yer tutacağını düşünüyorum.	59	3,20	1,256	-,129	-1,145
Sektörün geleceğinden umutluyum.	59	3,12	1,205	,010	-1,369
Bu sektörde üniversite sanayi işbirliği gerçekleşmektedir.	59	3,10	1,309	-,146	-1,174
Firmamızda Ar-Ge yapan ve gelişmeleri takip eden bir departman bulunmaktadır.	59	3,05	1,502	-,279	-1,464
Türkiye mutlaka bir gün tekstilde dünya devi olacaktır.	59	2,90	1,062	,119	-,556
Firmamız Ar-Ge konusunda danışmanlık almaktadır.	59	2,49	1,331	,291	-1,352
Tekstil sektörünün on sene içinde biteceğini düşünüyorum.	59	2,15	1,186	,913	-,078
Sektörün bittiğini kabul etmeliyiz.	59	2,05	1,238	1,030	-,087

Öncelikle Bursa ili tekstil sektörü sektörün geleceği için yabancı tasarımcıların ülkeye gelmesine olumlu bakmakla birlikte bugün ve önümüzdeki on sene içinde sektörün biteceğini düşünmemektedir. Ayrıca tekstil sektörünün Türkiye'nin stratejik sektörü olduğunu ve İstanbul'un Türkiye'nin moda merkezi olabileceğini düşünmektedir. Ayrıca sektörün Ar-Ge'ye önem verdiğini ve Ar-Ge desteklerini şiddetle takip ettiği gözükmektedir. Ayrıca sektörlerin dış ticaret süreçlerinin gelişiminde önemli bir etken olan lojistikte dış kaynak kullanımı eğiliminin de arttığı gözükmektedir.

Ayrıca tablo 2'de anket sorularına verilen cevaplara ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri de gösterilmiştir. Veriler incelendiğinde basıklık ve çarpıklık değerlerinin 2,-2 aralığında gerçekleşiyor olması ve rilerimizin normal dağıldığını (Morgan vd., 2004: 59 ) gösterir.

Anketin başında firmalara demografik sorular da sorulmuştur. Bu sorulardan ilki; ilgili firmaların kaç farklı ülkeye ihracat yaptığıdır. Ankete cevap verenlerin %47'si üç farklı ülkeye, cevap verenlerin %32'si

7 farklı ve %20'si 8'den fazla ülkeye ihracat yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bir diğer demografik faktör ise ilgili firmaların kaç farklı türde ürün ihraç ettikleridir. 3 değişik ürüne kadar ihracat yapan % 35, 7 farklı ürüne kadar % 25, 12 farklı ürüne kadar %10, 13 ve üzeri ürün ihraç eden ülke sayısı % 28'dir. Son olarak firmalara kaç milyon dolarlık ihracat yaptıklarına dair sorular da sorulmuştur. İlgili firmaların %61'i sadece 1 milyon dolara kadar ihracat yaparken, 5 milyon dolara kadar ihracat yapan firmaların oranı % 24, kalan %15'lik kesim de 5 milyon doların üstünde ihracat yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Çalışmada demografik faktörlerle firmaların beklentileri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların tespiti için tek faktörlü varyans testi (anova) kullanılmıştır. Bu testin temelde iki varsayımı vardır. Birinci varsayım; analizde kullanılan bağımsız değişkenlerin verileri normal dağılmalıdır. Bu varsayımına ilişkin sonuçlar yukarıda basıklık ve çarpıklık değerleri yardımıyla yorumlanmıştır. Diğer varsayımı ise model varyanslarının homojen dağılmasıdır (Büyüköztürk, 2007: 47). Varyansların homojenliğinin tespiti için Levene istatistiği kullanılmıştır.

**Tablo 3: Levene Testi Sonuçları**

Demografik Faktör	Bağımlı Değişken	Levene İstatistiği	Olasılık Değeri
İhracat Yapılan Ülke Sayısı	Firma ar-ge konusunda danışmanlık almaktadır.	,194	,824
İhracat Yapan Ülke Sayısı	Ar-Ge konusunda teşvikleri takip ediyorum.	3,339	,043
İhracat Yapan Ülke Sayısı	Firmamızda Ar-Ge yapan ve gelişmeleri takip eden bir departman bulunmaktadır.	13,501	,000
İhracat Miktarı	Ar-Ge konusunda teşvikleri takip ediyorum.	3,591	,019
İhracat Miktarı	Firmamızda Ar-Ge yapan ve gelişmeleri takip eden bir departman bulunmaktadır.	2,576	,063
İhracat Miktarı	Firma Ar-Ge konusunda danışmanlık almaktadır.	1,019	,391
İhracat Miktarı	Sektörün geleceğinden umutluyum.	1,530	,217
İhracat Miktarı	Tekstil sektörünün Türkiye'nin stratejik sektörü olduğunu düşünüyorum.	2,419	,076
Mal Farklılaşması	Ar-Ge konusunda teşvikleri takip ediyorum.	5,712	,002
Mal Farklılaşması	Firmamızda Ar-Ge yapan ve gelişmeleri takip eden bir departman bulunmaktadır.	14,256	,000
Mal Farklılaşması	Firma Ar-Ge konusunda danışmanlık almaktadır.	1,693	,179
Mal Farklılaşması	Sektörün geleceğinden umutluyum.	4505	,007
Mal Farklılaşması	Türkiye'nin 2023 vizyonunda tekstil sektörünün önemli bir yer tutacağını düşünüyorum.	,837	,479
Mal Farklılaşması	Sektörün bittiğini kabul etmeliyiz.	4,182	,010
Mal Farklılaşması	Bir gün İstanbul dünyanın moda merkezlerinden biri olacaktır.	3,782	,015

Varyans testinde anlamlı çıkan bağımlı değişkenlerimize ilişkin Levene testi sonuçları yukarıda verilmiştir. Değişkenlerimizin birçoğu için olasılık değerleri, 05'den büyük çıkmıştır. Bu durum ile ilgili bağımlı değişkene ilişkin varyansların istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde benzer olduğu şeklinde yorum yapılabilir (Kalaycı, 2005: 219). Tablo 3'de görüldüğü üzere bazı bağımlı değişkenlerimize ilişkin değerler, 05'den küçük çıkmıştır. Bu durum değişen varyans sorunun varlığını gösterir. Fakat ilgili bağımlı değişkenlerin anova test sonuçları anlamlı çıktığı için analize devam edilmiştir.

**Tablo 4: Varyans Testi Sonuçları**

Demografik Faktörler	Bağımlı Değişken	F değeri	Olasılık Değeri
İhracat Yapan Ülke Sayısı	Firma Ar-Ge konusunda danışmanlık almaktadır.	2,737	,073
İhracat Yapan Ülke Sayısı	Ar-Ge konusunda teşvikleri takip ediyorum.	2,407	,099
İhracat Yapan Ülke Sayısı	Firmamızda Ar-Ge yapan ve gelişmeleri takip eden bir departman bulunmaktadır.	7,671	,001
İhracat Miktarı	Ar-Ge konusunda teşvikleri takip ediyorum.	2,209	,097
İhracat Miktarı	Firmamızda Ar-Ge yapan ve gelişmeleri takip eden bir departman bulunmaktadır.	3,198	,030
İhracat Miktarı	Firma Ar-Ge konusunda danışmanlık almaktadır.	2,874	,044
İhracat Miktarı	Sektörün geleceğinden umutluyum.	2,406	,077
İhracat Miktarı	Tekstil sektörünün Türkiye'nin stratejik sektörü olduğunu düşünüyorum.	3,065	,035
Mal Farklılaşması	Ar-Ge konusunda teşvikleri takip ediyorum.	2,379	,080
Mal Farklılaşması	Firmamızda Ar-Ge yapan ve gelişmeleri takip eden bir departman bulunmaktadır.	17,168	,000
Mal Farklılaşması	Firma Ar-Ge konusunda Danışmanlık Almaktadır.	5,505	,002
Mal Farklılaşması	Sektörün Geleceğinden Umutluyum	2,978	,039
Mal Farklılaşması	Türkiye'nin 2023 vizyonunda tekstil sektörünün önemli bir yer tutacağını düşünüyorum.	4413	,007
Mal Farklılaşması	Sektörün bittiğini kabul etmeliyiz.	5,553	,002
Mal Farklılaşması	Bir gün İstanbul dünyanın moda merkezlerinden biri olacaktır.	2,376	,030

P>,05, p>, 10

Tablo 4'de demografik faktörlerle bağımlı değişkenlerimiz arasındaki istatistiksel farklılıkları gösteren tek yönlü varyans test sonuçları verilmiştir. Çıkan sonuçlar %90 ve %95 güven aralığında yorumlanmış olup olasılık değerleri, 05 ve 10'un altında çıkan değişkenlerde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Buna göre ihracat yapılan ülke sayısının firmanın Ar-Ge konusundaki davranışlarını ve özellikle firmadaki Ar-Ge yapan bir departman varlığını güçlü bir biçimde etkilemektedir.

Firmaların ihracat miktarları ise firmanın Ar-Ge davranışları ile birlikte firmaların sektörün geleceğine ilişkin beklentilerini ve sektörün Türkiye'nin stratejik sektörü olduğuna dair görüşleri etkilemektedir. Son olarak firmaların ihracatta yaptıkları mal farklılıkları; Ar-Ge davranışlarının yanında sektörün geleceğine ilişkin beklentilerini, tekstil sektörünün Türkiye'nin 2023 vizyonunda önemli bir yer tutacağı ve İstanbul'un dünyanın moda merkezi olacağına dair düşünceleri de etkilemiştir.

## 6. SONUÇ

Türkiye gibi gelişmekte olan ve büyüme hedeflerini dış ticaret sektörü üzerine kuran ülkelerde, dış dünyaya nazaran üstün olunan sektörlerin sorunlarının ve beklentilerinin iyi tespit edilmesi dış ticaretin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemli bir role sahiptir. Sektör temsilcilerinin, sektörün bugününe ve geleceğine bakışı ne kadar olumlu olursa ilgili sektörün ihracatının gelişimi için ihtiyaç duyulan motivasyon ve enerji hızlı bir biçimde elde edilebilir.

Türkiye'nin tekstil sektörünün ihracatı son 10 yılda 18-26 milyar dolar arasında değişmesi ve her yıl sektörün ihracatının toplam ihracata oranının % 10'un üstünde olması (İTKİB, 2016) Türkiye'de tekstil sektörünün dış ticaret açısından üstün sektörlerden biri olduğunu göstermektedir. Ayrıca şehirler bazında da Bursa ilinin 2 milyar dolara yakın tekstil ihracatı ile ülke içinde tekstil sektöründe üstün olduğunu söylemek mümkündür.

Bu çalışmada Bursa ilinde faaliyet gösteren 59 firmaya yapılan bir anket yardımıyla sektörün bugününe ve geleceğine bakışı incelenmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, ilgili firmalar sektörün geleceğinden umutlu olduklarını, sektörün bittiğini düşünmediklerini, yabancı tasarımcıların ülkeye gelmesine olumlu baktıklarını tekstil sektörünün ülkenin stratejik sektörü olduğunu ve yoğun bir Ar-Ge takibi içinde olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca yapılan varyans testleri sonucunda firmaların yaptığı ihracat miktarlarının firmaların sektörün geleceğine ilişkin beklentilerini ve sektörün Türkiye'nin stratejik sektörü olduğuna dair görüşleri etkilediğini, firmaların farklı türde mal ihracatlarının ise yine sektörün geleceğine ilişkin beklentilerini, tekstil sektörünün Türkiye'nin 2023 vizyonunda önemli bir yer tutacağı düşüncelerini etkilemiştir.

## KAYNAKÇA

- Altaş, D. & Giray, S. (2005). Mali Başarısızlığın Çok Değişkenli İstatiksel Yöntemlerle Belirlenmesi: Tekstil Sektörü Örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 13-28.
- Altay, H., Özcan, S. E. & Çınar, İ. T. (2009). Türkiye'nin Avrupa Birliği (15) Pazarında Endüstriler-Arası ve Endüstri- İçi Ticaret Açısından Avantajlı Olduğu Ürün Gruplarının Belirlenmesi: 1995-2007. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 159-170.
- Alüftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A., Çakar, G. & Bayraktar, F. (2009). Küresel Krizden Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (10), 1-19.
- Baldwin, R. E. (1989). Structural Change and Patterns of International Trade. J. Black et al. (eds.), *Causes of Change in the Structure of International Trade, 1960-85*, 12-23.
- Bayat, M. (2011). Uluslararası Ticarete Rekabet Gücü Elde Etmede Küçük Ve Orta Boy İşletmelerin Rolü Ve Önemi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16), 567-575.
- Bayraktutan, Y. (2003). Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (2), 175-186.
- Bayramoğlu, Z. (2009). Türkiye ve Azerbaycan Arasında Tarımsal Ürünlerin Dış Ticaret Potansiyeli ve Karşılaştırmalı Üstünlükleri. *Journal of Azerbaijani Studies*, 738-751.
- Bhagwati, J. (1964). The Pure Theory of International Trade: A Survey. *The Economic Journal*, 74 (293), 1-84.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. 7. Baskı, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Chipman, J. S. (1965). A Survey of the Theory of International Trade: Part 1, The Classical Theory. *Econometrica*, 33(3), 477-519.
- Chunyan, Z., Shuli, W. & Dan, L. (2012). On The Comparative Advantage of China's Auto Engineering Industry. *Systems Engineering Procedia* 3, 346-350.
- Copeland, B. R. & Kotwal, A. (1996). Product Quality and The Theory of Comparative Advantage. *European Economic Review* 40, 1745-1760.
- Çetin, A. C. (2006). Türk Tekstil Sektörü ve Türk Tekstil Firmalarının Etkinlik Düzeylerinin Belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8 (2), 255-278.
- Demir, M. (2003). Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretini Etkileyecek Gelişmelerin Değerlendirilmesi. *Türkiye VI. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri*, 55-57.
- Demircan, V. & Hatırlı, S. A. (2003). Avrupa Birliği ve Türkiye'de Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Dış Ticaret Yapısı. *Türkiye VI. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri*, 131-138.
- Ener, M. & Yelkikalan, N. (2004). Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliklerinin Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Olası Etkileri ve Çözüm Önerileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 1-15.
- Esen, S. (2011). Dış Ticaret Teorisi Notu, 1-3. <http://web.bilecik.edu.tr/sinan-esen/files/2011/09/D%C4%B1%C5%9F-Ticaret-Teorisi.pdf>

- Gacener Atış, A. (2014). Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Karşılaştırmalı Rekabet Analizi. *Ege Akademik Bakış*, 4 (2), 315-334.
- Gacener, A. & Güçlü, M. (2003). Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Gücünü Azaltan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Türkiye VI. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri, 123-130.
- Hatırlı, S. A., Demircan, V. & Özkan, B. (2003). Tekstil ve Konfeksiyon İhracatında Türkiye'nin Rekabet Durumu. *Türkiye VI. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri*, 115-122.
- Hatırlı, S. A., Özkan, B. & Demircan, V. (2003). Ekonomik Krizin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Türkiye VI. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri*, 93-99.
- İTKİB Genel Sekreterliği Hazır giyim ve Konfeksiyon Ar-Ge Şubesi. (2016). Türkiye Genel, Hazır Giyim Ve Tekstil Dış Ticareti 2007-2015 Yıllık, İstanbul.
- Kalaycı, Ş. (2005). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. 1.Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kara, O. & Erkan, B. (2011). Türkiye'nin Emek Yoğun Mal İhracatındaki Karşılaştırmalı Üstünlüklerin Makro Ekonomik Büyüklüklerle İlişkisi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (1), 67-93.
- Kaya, Z. & Şahin, L. (2015). Dış Ticaret Hacmi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Panel Eşbütünleşme Analiziyle Değerlendirilmesi: BRIC Ülkeleri (1995-2013), *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 434-446.
- Kurz, H. D. (1992). Adam Smith on Foreign Trade: A Note on the 'Vent-for-Surplus' Argument. *Economica, New Series*, 59 (236), 475-481.
- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G.W. & Barrett, K. C. (2004). *SPSS For Introductory Statistics: Use And Interpretation*. Second Edition. London: Lawrance Erlbaum Associates.
- Mundell, R. A. (1961). A Theory of Optimum Currency Areas. *The American Economic Review*, 51 (4), 657-665.
- Myint, H. (1972). Adam Smith's Theory of International Trade in the Perspective of Economic Development. *Economica, New Series*, 44 (175), 231-248.
- Rostow, W. W. (1956). The Take-Off Into Self-Sustained Growth. *The Economic Journal*, 66 (261), 25-48.
- Takım, A. (2010). Türkiye'de GSYİH ile İhracat Arasındaki İlişki: Granger Nedensellik Testi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (2), 1-16.
- Terzioğlu, M., Avcı, M. & Gökovalı, U. (2008). İşletmelerde Yenilik Yeteneği: Denizli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (3), 377-388.
- Turhan, G. T. (2012). Kara Sınırı Komşuları İle Ticaretin Türkiye'nin Kalkınmasına Etkisi- Çekim Modeli Yaklaşımı- Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Finans Ve Bankacılık Bilim Dalı Doktora Tezi. 1-135.
- Uçan, O. & Koçak, E. (2014). Türkiye'de Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki. Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 7 (2), 51-60.
- Yazgan, Ş. (2011). Ekonomik Entegrasyon, Uzmanlaşma ve Endüstrilerin Konumlanması. *Çankaya University Journal of Humanities and Social Sciences*, 8 (1), 57-80.
- Williams, J. H. (1929). The Theory of International Trade Reconsidered. *The Economic Journal*, 39 (154), 195-209.
- BTSO Bursa Ticaret ve Sanayi Odası. Erişim tarihi: 11.07.2017, <http://www.btso.org.tr/?page=bursaconomy/bursaexport.asp>
- T.C. Ekonomi Bakanlığı, Sektörler Raporu, 2016 Ev Tekstili Sektörü, Erişim tarihi: 13.08.2017, [www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-224569](http://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-224569)
- T.C. Ekonomi Bakanlığı, Sektörler Raporu, 2016 Teknik Tekstiller Sektörü, Erişim tarihi: 13.08.2017, [www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-226205](http://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-226205)
- TÜİK, Basın Odası Haberleri, 25 Ağustos 2015. Erişim tarihi: 13.08.2017. [http://tuik.gov.tr/basinOdasi/haberler/2015\\_52\\_20150825.pdf](http://tuik.gov.tr/basinOdasi/haberler/2015_52_20150825.pdf)
- TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri. Erişim tarihi: 10.07.2017. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul>
- Uludağ Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UİB), Erişim Tarihi: 19.03.2018. <http://www.uib.org.tr/tr/birliklerimiz-uludag-hazirgiyim-ve-konfeksiyon-ihracatcilar-birligi-uhkib-hakkinda.html>
- Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB), (2017), Erişim Tarihi: 22.03.2018. <http://www.uib.org.tr/tr/birliklerimiz-uludag-tekstil-ihracatcilar-birligi-utib-hakkinda.html>