

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/338801220>

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Üretim ve Rekabet Bağlamında Değerlendirilmesi (Türkiye ve Japonya Örneği)

Conference Paper · September 2017

CITATIONS

0

READS

1,611

2 authors:



Emine Koca

Ankara Hacı Bayram Veli University Turkey

104 PUBLICATIONS 237 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Ozlem Kaya

Hitit University

70 PUBLICATIONS 49 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



DESIGN [View project](#)



THE ROLE OF THE ERGONOMICS ON APPAREL SECTOR WITHIN THE DEVELOPING TECHNOLOGY [View project](#)

TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN ÜRETİM VE REKABET BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ (TÜRKİYE VE JAPONYA ÖRNEĞİ) EVALUATION OF TEXTILE AND APPARELSECTORS IN THE CONTEXT OF PRODUCTION AND COMPETITION (THE CASE OF TURKEY AND JAPAN)

Emine KOCA

Doç. Dr. Gazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, kocaemine@gmail.com

Özlem KAYA

Yrd. Doç. Dr. Hitit Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, ozlemkaya@hitit.edu.tr

Özet

Tekstil ve hazır giyim üretimi, 18. yüzyılda sanayi devriminin gerçekleşmesini sağlayan ana unsurlardan biri olarak geçmişte olduğu gibi günümüzde de ülkelerin sanayileşmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Tekstil ve hazır giyim sanayi 20. yüzyılın ortalarında Japonya, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Türkiye, Çin, Güney Kore gibi ülkeler, 1980 yılından itibaren de Endonezya, Özbekistan, Bangladeş, Kamboçya, Sri Lanka gibi Asya ülkeleri başta olmak üzere birçok ülkenin sanayileşmesinde ve sanayileşme kültürünün oluşmasında ve yerleşmesinde anahtar rol oynamıştır.

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü uluslararası ticaretteki ağırlığı, ihracat gelirleri içindeki yüksek payı, üretim sürecinde yarattığı katma değer ve istihdam olanakları nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan sanayi dallarıdır. Bu anlamda sektörün ülkenin ekonomik kalkınmasındaki rolü tartışılmazdır.

Japon tekstil ve hazır giyim sektörü de hala dünyanın en büyük tekstil ve hazır giyim pazarlarından biri olmaya devam etmektedir ve bu pazarın 2014-2019 arasında ortalama %1,6 büyümesi beklenmektedir.

Her iki ülke içinde önemli rol oynayan tekstil ve hazır giyim sektörünün özellikle üretim süreçleri ve ithalat, ihracat oranları doğrultusunda mevcut durumu ortaya konulmuş ve rekabet gücü değerlendirilmiştir. Bu bağlamda küreselleşme sürecinde değişen koşullar çerçevesinde sektörün küresel pazara ayak uydurabilmek ve rekabet edebilmek için gelecek ile ilgili stratejilerinin oluşturulması noktasında izlenmesi gereken stratejiler belirlenmeye çalışılmış ve bazı öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, Japon tekstil ve hazır giyim sektörü, Üretim, Rekabet

Abstract

Textile and apparel production, as being one of the main elements that made the industrial revolution happen in the 18th century, plays an important role in the industrialization of countries today as it has been in the past. Textile and apparel industry played a key role in the industrialization, and the formation and settlement of industrialization cultures of many countries including particularly Japan in the mid-20th century, countries such as Turkey, China, and South Korea since the second half of the 20th century, and the Asian countries such as Indonesia, Uzbekistan, Bangladesh, Cambodia and Sri Lanka since 1980.

The Turkish textile and apparel sector is an industry branch that plays an important role in the economic development process due to its weight in international trade, its high share in export revenues, the added value it creates during the production process and employment opportunities. In this sense, the role of the sector in the economic development of the country is indisputable.

The Japanese textile and apparel sector still continues to be one of the world's largest textile

and apparelmarkets, and this market is expected to grow 1.6% on average between 2014 and 2019.

The current state of the textile and apparelsector, which plays an important role for both countries, has been set forth and its competitive power has been evaluated especially in accordance with the production processes and import-export ratios. Additionally, the problems of the Turkish and Japanese textile and apparelsector were evaluated. In this context, in order to keep up with and compete in the global market sector in the context of changing conditions in the globalization process, an effort has been made to define strategies to be followed and suggestions have been introduced in terms of establishing strategies for the future.

Keywords:Turkish textile and apparelsector, Japanese textile and apparelsector, production,competition

GİRİŞ

Dünya tekstil ve hazır giyim sektörünün önemli aktörlerinden biri de Türkiye’dir. Türkiye’nin öncü sektörlerinden biri konumunda olan tekstil ve hazır giyim sektörü alanındaki üretim ve yatırımlar Osmanlı Dönemine kadar uzanmaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sektörü yüksek kar oranları, istihdam ve üretim ile ülke ekonomisinin lokomotif sektörü konumundadır. Özellikle 1980’lerden itibaren tekstil ve hazır giyim sektörü hızlı bir gelişme göstererek 1980-2000 döneminde yıllık %20,5 oranında büyüme kaydetmiştir(Eraslan vd., 2008: 273).

Bugün tekstil ve hazır giyim sektörü gelişmekte olan ülkelerde ekonominin ana istihdam yaratıcısıdır (Gelb, 2007;KeaneandVelde, 2008).Türk ekonomisinde 1980’li yıllardan itibaren gözlenen yeniden yapılanma ve dışa açılma çabaları sonucunda tekstil ve hazır giyim sektörü tarımdan sonra en büyük istihdama sahip sanayi dalı haline gelmiştir ve toplam ihracat gelirlerinin yaklaşık beşte birini sağlamaktadır. Bu gelişmeler sonucu Türkiye’nin dünya pazarlarındaki payı artmış ve dünyanın en büyük dördüncü hazır giyim tedarikçisi durumuna yükselmiş, İtalya’nın ardından AB’nin ikinci büyük tedarikçisi konumuna gelmiştir. Tekstil ve hazır giyim sektörü birlikte değerlendirildiğinde gayrisafi yurt içi hasıla, ihracat, istihdam, yatırım hacmi, imalat sanayi üretimindeki payı, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, dışa açıklık ve makro ekonomik büyüklükler açısından Türkiye’nin lokomotif sektörü konumundadır (İTKİB 2016).

Tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye ekonomisinin gelişmesindeki önemli rolünü sürdürmektedir. Uluslararası pazarlara ürün üretebilen sektör, günümüzde yüksek katma değerli üretim, markalaşma, tasarım yeteneği ve yurt içi ve yurt dışı mağazalaşma gibi adımlarla bu rolü sürdürmektedir.

Japonya, İngiltere ve Kuzey Amerika’da erken sanayileşme döneminde hayati rol oynayan tekstil ve hazır giyim sektörü tarih boyunca dünyada en büyük gelir getirici sektörlerden biri olmuştur (Rossen, 2004). Ancak 1970’lerden bu yana tekstil ürünleri üretimi ve ihracatı gelişmiş ülkelere kaymıştır. Örneğin istihdamda görülen kısıtlar, üretim maliyetleri gibi sebeplerle Japon tekstil ve hazır giyim işletmeleri yatırımlarını Asya ülkelerine yönlendirmeye başlamışlardır (Au ve Chan, 2003; Aydoğdu, 2012). Bu durum Asya ülkeleri ile birlikte özellikle Bangladeş, Endonezya gibi az gelişmiş ülkelerin düşük işgücü maliyetlerini rekabet gücüne dönüştürerek küresel pazarlarda yer almaya başlamalarına sebep olmuştur.

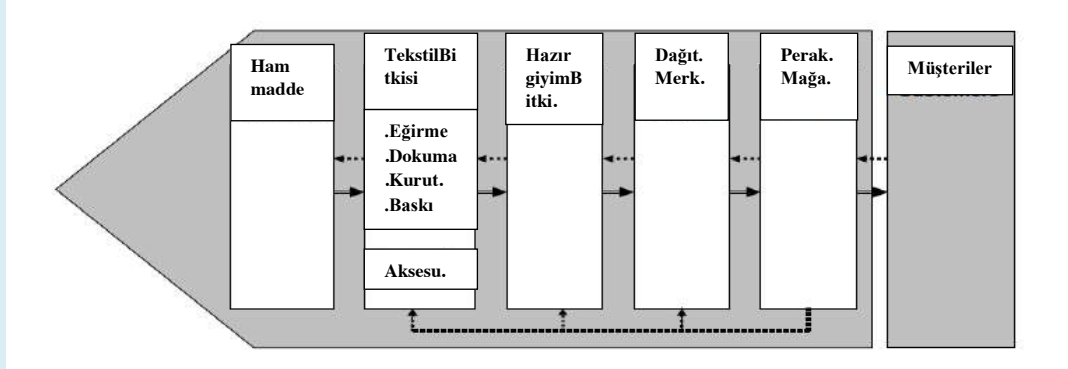
Dünyanın üçüncü büyük ekonomisi konumunda olan Japonya’da bu anlamda ekonomide ciddi sıkıntılar ve nispeten durgunluk ve yüksek borçluluk oranı devam etse de son veriler dikkate alındığında ekonomide bir toparlanmanın olduğu görülmektedir (İTKİB, 2016).

Bu çalışmada hem Türkiye hem de Japonya için önemli rol oynayan tekstil ve hazır giyim sektörünün özellikle üretim süreçleri ve ithalat, ihracat oranları doğrultusunda mevcut

durumunun ortaya konulması ve rekabet gücünün değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca Türk ve Japon tekstil ve hazır giyim sektörünün sorunları değerlendirilerek sektörün küresel pazara ayak uydurabilmek ve rekabet edebilmek için gelecek ile ilgili stratejilerinin oluşturulması noktasında izlenmesi gereken stratejiler belirlenmeye çalışılmıştır.

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, 1980 yılında uygulamaya konulan ihracata yönelik kalkınma politikası ile hızla büyümeye başlamış ve bu tarihten itibaren sektöre yapılan yatırımlar giderek artmıştır. Bugün Türk tekstil ve hazır giyim sektörü büyük oranda ihracat odaklı bir sektör olup, mevcut kapasiteleri yurt içi talepten oldukça fazladır. Özellikle üretim ve istihdam açısından tekstil ve hazır giyim sektörü ülkemiz ekonomisinin önemli sektörlerinden biri konumundadır. Sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin çoğu KOBİ niteliğindedir.



Şekil 1: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü (Nordås, 2004)

Türkiye’de üretilen hazır giyim ürünlerinin büyük bir kısmını pamuklu ürünler oluşturmaktadır. Sektörün pamuk, yün, iplik ve kumaş gibi hammadde ve ara malı ihtiyacı büyük ölçüde yurt içinden karşılanmakla birlikte, önemli miktarda ithalat da gerçekleştirilmektedir. Türkiye dünyanın 8. büyük pamuk üreticisi olmasına rağmen, yerli üretim iç talebi karşılamamaktadır. Aynı zamanda ülkemiz dünya pamuk tüketiminde de 4. sırada yer almaktadır.

Türkiye, teslimat hızı, güvenliği ve profesyonelliği, teknik, sosyal ve idari bilgi birikimi, tecrübe, geniş ürün yelpazesi ve tasarım kapasitesi, hedef pazarlara olan yakınlık ve yetişmiş uzman işgücü gibi olanakları sebebiyle sipariş almaya ve küresel ölçekte üretim yapma gücüne sahiptir ve bu bakımdan üretim yapmaya devam etmektedir. Türkiye’nin uzman işgücü ve kaliteli işçiliği sebebiyle batılı büyük alıcı işletmeler, Uzak Doğu’da yaptıramadıkları zor modellenli pek çok ürünü, çok hızlı üretilmesi gereken tekrar siparişleri Türkiye’de yaptırmayı tercih etmektedirler. Aynı zamanda işletmeler esnek üretim yapısı sebebiyle değişen moda eğilimlerine uyum sağlayarak yüksek katma değerli ürünlerde üretmeye başlamışlardır (Ekonomi Bakanlığı, 2016; ILO, 2014). Verimliliği önemli boyutlarda arttıran kalifiye işgücü, üretim teknolojilerindeki gelişmeler ve buna paralel bir hızla gelişen yönetim teknikleri sayesinde hızla artan üretim miktarları karşısında yeni pazarlar arayan yerel sanayiciler, eskisinden daha fazla yurt dışı pazarlara ihtiyaç duymaya ve çalışmaya başlamışlardır.

Özellikle üretiminin önemli bir kısmını yurt dışı piyasalara yönelik yapan hazır giyim sektörü, dış talepteki canlanmanın etkisiyle 2016 yılında olumlu bir görünüm sergilemiştir. Bu dönemde sektörde üretim yıllık bazda %2,5 artarak imalat sanayi ortalamasından hızlı yükselmiştir. 2017 yılında da tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatındaki yukarı yönlü hareketlilik devam etmektedir (İş Bankası, 2017).

JAPON TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Japonya sanayileşme sürecine sonradan başlayan bir ülke olmasına rağmen, günümüzde sanayileşmiş Uzak Doğu ülkelerinden biri haline gelmiştir. Japonya sanayileşme sürecinin

başında tekstil ve hazır giyim sektörüne önem vermiş, bu sektörde önemli üretim ve ihracat hacmine ulaşmıştır. Sanayileşme sürecinde reel ücretlerdeki artışlara paralel olarak tekstil ve hazır giyim sektöründe başta Çin olmak üzere ucuz işgücüne sahip diğer ülkelerden kaynaklanan rekabet karşısında çeşitli şekillerde rekabet gücünü korumaya çalışmıştır. Japonya tekstil sektörüne daha çok önem vermiş ve hazır giyim ihracatı ekonomik gelişme döneminde sınırlı kalmıştır. Japonya 1950'lerden başlayarak önemli bir ihracatçı ülke haline gelirken, günümüzde ise artan fiyat rekabeti nedeniyle bu sektörde rekabet gücünü korumada zorlanmaktadır.

1980'lerde Japonya ucuz işgücüne sahip ülkelerden kaynaklanan rekabet nedeniyle tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabette güçlük çekmiştir. Japon tekstil ve hazır giyim işletmeleri artan rekabet baskısı karşısında otomasyona önem vererek hızlı teslimi geliştirmişler, üretim birimlerini yurt dışına kaydırarak buradaki ucuz işgücünden faydalanmışlar (başta Çin olmak üzere) veya bu sanayiden çıkmışlardır (Özellikle KOBİ'ler) (Yamazawa, 1993; Jafic, 2017). Sektörde kalabilen işletmeler ise özellikle sentetik kumaş üreticileridir. Bu dönemde, terbiye ve dokuma alanlarında yenilikçi olabilen, bilgisayar destekli tasarım-üretim sistemlerini kullanabilen, Ar-Ge ve modern ekipmana yatırım yapabilen dikey entegrasyonu güçlü tekstil işletmeleri Japonya'da üretimlerini sürdürmüştür (Çolpan, 2004).

Japonya, ABD ve Çin Halk Cumhuriyeti'nden sonra dünyanın üçüncü büyük ekonomisidir. II. Dünya Savaşında ağır bir yenilgiye uğramış olmasına rağmen, kısa bir süre içerisinde Japonya'nın hızla kalkınması ve dünyanın önde gelen ekonomik güçlerinden birisi haline dönüşmesi "Japon mucizesi" olarak değerlendirilmiş ve uzun yıllar boyunca çoğu gelişmekte olan ülke için bir örnek olarak gösterilmiştir. 1980'li yılların sonuna gelindiğinde Japonya'nın ekonomik gelişmesi çok yüksek bir hale gelmiştir ki, "Japan As Number One" sloganı altında, Japonya'nın dünyanın en büyük ekonomik gücü olması planları yapılmaya başlanmıştır. Ancak 1990'lı yılların başından itibaren Japon ekonomisi bir durgunluk içine girmiş, büyüme oranı azalmış ve işsizlik artmıştır. Japon ekonomisinin temel sorunu, halkın ekonomik yapı ve geleceğe yönelik güvenini kaybetmesi ve gelecek endişesiyle tüketim eğilimini azaltarak büyük ölçüde tasarrufa yönelmesidir. Bu eğilim, fiyatların düşmesine ve sonunda ekonomik durgunluğa yol açmıştır. Aslında Japonya 1980'li yıllara kadar geleneksel olarak açık vermeyen bütçelerle çalışmıştır. Ancak, köpük ekonomisinin sönmesiyle ortaya çıkan ekonomik durgunluğu gidermek için hükümetin 1990'lı yıllardan bu yana uygulamaya koyduğu "ekonomik paketler" devletin büyük çaplı harcamalar yapmasına yol açmıştır (Ateş, 2017).

Japonya ekonomisinin büyümesi özellikle 2008 yılında önemli ölçüde yavaşlamaya başlamış olsa da ekonomik büyümesi ağırlıklı olarak ihracata dayanan Japonya'nın, dışarıdan gelen taleplerin ekonomik krizler dolayısıyla azalmaya başlaması sonucu hükümet tarafından birçok önlem alınmış ve uluslararası işbirlikleri yapılmıştır. Bu bağlamda ithalatın ve yabancı yatırımların artırılması, üretim maliyetlerinin düşürülmesi ve kusursuz yönetim kaynaklarının sunulması yoluyla üretimin geliştirilmesi, piyasaya giriş kurallarının kolaylaştırılması, Ar-Ge faaliyetlerinin kuvvetlendirilmesi ve kaliteli işgücü sayısının artırılması gibi önlemler de alınmıştır (Tarakcıoğlu, 2011).

Japonya gibi kaynakları kısıtlı bir ülkenin ekonomide “süper güç” haline gelmesinde dış ticaretin önemi bu anlamda büyüktür. Japonya özellikle tekstil malzemesi gibi ana hammadde ve ithalatında dünyadaki en büyük ithalatçılardan biri konumundadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Türk ve Japon tekstil ve hazır giyim sektörünün üretim süreçleri ve ithalat, ihracat oranları doğrultusunda mevcut durumunun ortaya konulması ve rekabet gücünün değerlendirilmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın amacına ulaşabilmek için ikincil araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmanın amacına ulaşmak için kullanılan ikincil veri toplama yönteminde sektörle ilgili yazılı ve görsel kaynaklar ve özellikle ulusal ve

uluslararası kamu kurum ve kuruluşlarının sektörel raporları incelenmiştir. Bu kapsamda Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) verilerinden yararlanılarak Ticaret Rekabet Edebilirlik Haritası sektörel düzeyde oluşturulmuş ve ticaret akışı ile ülke ve ürün rekabet gücünün analizi elde edilmiştir. Çalışmada tekstil ve hazır giyim sektörüne ait 2016 yılı verileri kullanılmıştır. Bu veriler en güncel veri olduğu için tercih edilmiştir. Bu noktada araştırmanın amacı doğrultusunda raporlar oluşturulmuş, Türk ve Japon tekstil ve hazır giyim sektörlerine ait Ticaret Performans Endeksleri (sektörlere göre) elde edilmiştir. Ayrıca bu çalışma ile Ticaret Performans Endeks tabloları ışığında (ihracat, ithalat, pazar payı, rekabetçilik etkisi gibi) tekstil ve hazır giyim sıralamaları doğrultusunda değerlendirmeler yapılmış ve bazı öneriler geliştirilmiştir.

TÜRK VE JAPON TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNÜN DURUMU VE REKABET AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dünya ticaretinin küreselleşmesi ile birlikte, ülkelerin kalkınmalarında, küresel rekabete açık sektörlerin giderek daha fazla rol almaya başladığı gözlemlenmektedir. Ulusal kalkınmada en önemli aktörler, küresel pazarda rekabet avantajına sahip sektörlerdir.

Dünyada sanayileşme eğiliminin en çok etkisi altında olan tekstil ve hazır giyim sektörü, başlangıçta hammadde ve emek yoğun üretime dayalı iken günümüzde teknoloji ve sermaye yoğun hale gelmiştir. Küreselleşme sürecinin de etkisi ile son yıllarda önemli değişimlerin yaşandığı bu sektörde, temel girdilere sahip olan ülkelerin maliyet avantajı sektördeki rekabet üstünlüğünü belirleyen unsur olmaktan çıkmış, rekabetin belirleyicisi teknoloji, marka ve tasarım üstünlüğü olmuştur.

Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektörü geniş bir çerçevede üretim yapmaktadır. Elyaf üretimiyle başlayıp (doğal ve kimyasal üründen elde edilen) iplik, dokuma ve örme kumaş, halı ve hazır giyim ürünlerinin üretimiyle son bulan değer zincirinde var olan bütün aşamaları ülkemizde gerçekleştirilmektedir.

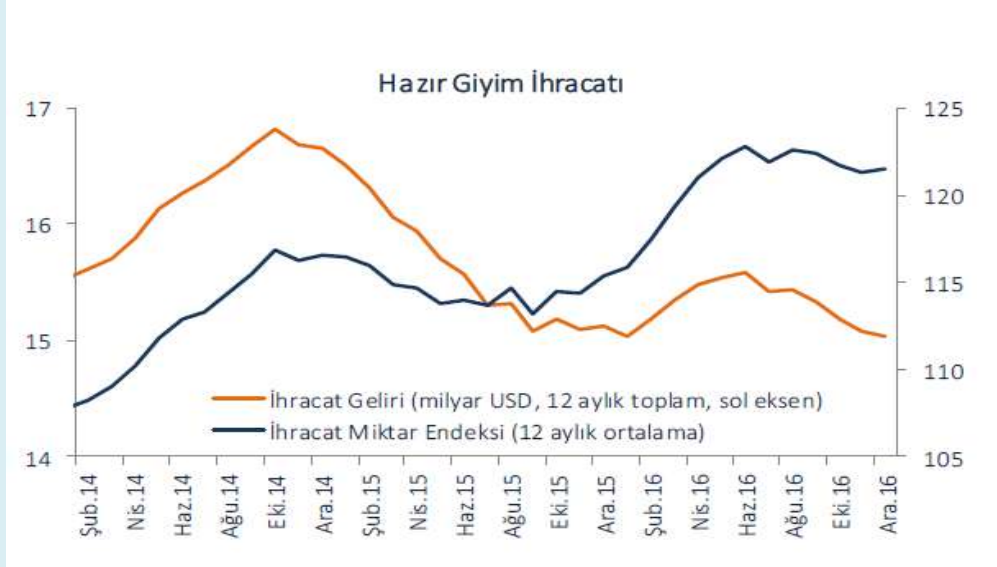


Grafik 1: Hazır Giyim Ürünleri İmalatı (TÜİK)

2005 yılından başlayarak 2007 yılına kadar yükselme eğiliminde olan hazır giyim ihracatı 2008 yılında İngiltere ve ABD’ye gerçekleştirilen ihracatın düşmesiyle birlikte toplam hazır giyim ihracatında gerilemeye yol açmıştır. 2009 yılında da yaşanan kriz ile birlikte dış talepteki daralmanın bir sonucu olarak gerileme yaşanmıştır. Hazır giyim ihracatı 2010 yılında yeniden artış trendine girmiş ve 2014 (16,3 milyar dolar) yılına kadar bu yükselme devam etmiştir.

2015 yılında ise hazır giyim ihracatında artış trendi tersine dönmüş, bir önceki yıla göre %8,6 oranında azalarak 14,9 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2014 ve 2015 yıllarında söz konusu pay %10,3 olarak gerçekleşmiştir. 2014 ve 2015 yılı itibarıyla hazır giyim ihracatının büyük bir oranı Tablo 2’de de görüldüğü gibi örme ürünlerden ve ikinci olarak da örülmemiş

ürünlerden kaynaklanmıştır. 2015 yılında Türkiye 8,9 milyar dolarlık örme ürün, 5,9 milyar dolarlık da örülmemiş ürün ihracatı gerçekleştirmiştir.



Grafik 2: Hazır Giyim İhracatı(TÜİK)

Türkiye'nin en önemli pazarı Avrupa ülkeleridir (Almanya, Fransa, Hollanda. gibi). Hazır giyim alanında Türkiye'nin en önemli rakipleri ise, özellikle düşük ihrac fiyatlarına sahip Uzak Doğu ülkeleridir. 2005 yılında tekstil ve hazır giyim ticaretindeki kotaların kalkmasıyla dünyanın en büyük hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı olan Çin, dünya tekstil ve hazır giyim pazarındaki liderliğini güçlendirmiştir (Ekonomi Bakanlığı, 2016).

2016 Ocak-Aralık döneminde, Türkiye'den Ortadoğu ülkeleri, Amerika ülkeleri, Türk Cumhuriyetleri, Asya ve Okyanusya ülkeleri ile Serbest Bölgelere yapılan tekstil ve hazır giyim ihracatı, değişen oranlarda artmıştır. 2016 yılında Türkiye'nin en fazla hazır giyim ihracatı yaptığı ülkeler Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda, İtalya ve Polonya olarak sıralanmıştır.

2017 yılı Temmuz ayında toplam tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatının genel ihracatımız içerisindeki payı ise %6,7 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 1).

Tablo 1: Toplam Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü İhracatı(Genel İhracat Performansı İçinde)

Birim 1000\$	2016 Temmuz	2017 Temmuz	Değişim	2016 Ocak- Temmuz	2017 Ocak- Temmuz	Değişim
Türkiye genel ihracatı	8.742.327	11.473.658	31,2 %	80.325.765	88.926.250	10,7%
Toplam tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatı	656.297	773.980	17,9 %	5.621.937	5.704.692	1,5%
Toplam tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatının payı %	7,5%	6,7%		7,0%	6,4%	
Sanayi ihracatı	7.266.071	9.613.896	32,3 %	61.025.873	68.809.287	12,8%

Toplam tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatının sanayi ihracatındaki payı%	9,0%	8,1%		9,2%	8,3%	
---	------	------	--	------	------	--

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Ağustos 2017 aktaran İTKİB

2017 yılı Temmuz ayında en fazla tekstil ve hammaddeleri ihracatı AB(28) ülkelerine yapılmıştır. Bu ülkelere 2017 Ocak-Temmuz dönemi ihracatı 3 milyar dolar değerinde gerçekleşmiştir. En fazla toplam tekstil ve hammaddeleri ihracatı yapılan ikinci ülke grubu ise Ortadoğu ülkeleri olmuştur.2017 yılı Ocak-Temmuz döneminde tekstil ve hammaddeleri ihracatında en fazla artış kaydedilen ülke grubu %10,4 oranında artış ile Eski Doğu Bloku ülkeleridir (İTKİB, 2017).

Tablo 2: En Fazla İhracat Yapılan Fasıllar (Değer: Bin ABD Doları)

Fa sıl No	Fasıl Açıklam ası	Yıl			Ocak-Temmuz			Temmuz		
		2014	2015	2016	2016	2017	Değişim (%)	2016	2017	Değişim (%)
66 1	Örme giyim eşyası ve aksesuar ı	10.024. 248	8.929. 422	8.849. 415	5.129. 304	4.973. 948	-3,0	672.5 54	773.5 86	15,0
66 2	Örülme miş giyim eşyası ve aksesuar ı	6.232.5 03	5.915. 958	5.925. 368	3.596. 308	3.480. 147	-3,2	430.6 55	524.3 14	21,7
66 3	Dokunab ilir maddele rden hazır eşya, takımlar	2.597.2 95	2.165. 394	1.953. 951	1.103. 019	1.123. 137	1,8	141.8 05	169.2 99	19,4
55 2	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensuca t	1.875.1 60	1.702. 876	1.719. 339	977.04 3	978.71 5	0,2	105.7 35	112.6 27	6,5

Kaynak: RİP (GTB & TÜİK),GTB-RYKGM'den alınmıştır. Rapor Tarihi: 09.08.2017

Not 1) Fasıllar RİP 2016 yılı ihracat büyüklüklerine göre sıralanmıştır. 2) 2016 yılı ve 2017 yılı Ocak-Temmuz aylarına ait veriler Gümrük ve Ticaret Bakanlığı idari kayıtlarından derlenmiş olup geçicidir.

Üretim, yaratılan istihdam ve ihracata sunduğu katkı açısından Türkiye'nin önde gelen imalat sanayi sektörlerinden biri olan tekstil ve hazır giyim sektörünün üretim ve ihracat kapasitesi,

çeşitli ve önemli miktarlarda hammadde kullanımını gerekli kılmaktadır. Bu sebeple, elyaf, iplik ve kumaş gibi tekstil materyalleri ihtiyacı, hem iç piyasadan hem de uluslararası pazarlarda rekabetçi kalabilmek açısından yurt dışından ithalat yolu ile temin edilmektedir. Sektör için, dünyanın çeşitli bölgelerinden rekabetçi fiyat ve türlerde hammadde ve ara malı ithalatı yapılmaktadır. Yapılan ithalat, tekstil sektörü ya da hazır giyim sektörü için hammadde veya ara malı niteliğindedir.

İTKİB 2016 verilerine göre, 2016 yılının Ocak-Kasım döneminde tekstil ithalatı temel ürün grubu bazında incelendiğinde elyaf ve iplik ithalatında artış görülürken dokuma kumaş, örme kumaş ve diğer tekstil ürünlerinde düşüş olduğu tespit edilmiştir.

2016 yılının ilk on bir ayında elyaf ithalatında %4,7 artış kaydedilmiştir. Bu artış oranı sonucunda Türkiye'nin elyaf ithalatı 2,3 milyar dolara ulaşmış ve pamuk elyafı ithalatı %6,9 oranında artarak 1,2 milyar dolara, sentetik-suni devamsız liflerin ithalatı %4,6 oranında artmış ve ithalat değeri 1 milyar doları aşmış, yün ve ince-kaba hayvan kolları ithalatı %15 azalırken, bitkisel liflerin ithalatı ise %22,4 artmış, ipek liflerin ithalatında ise %43,8 düşüş görülmüştür. İplik ithalatı ürün grubu incelendiğinde ise, sentetik-suni filamentlerden iplik ithalatının %6,5, sentetik-suni devamsız liflerden ipliklerin ithalatı %4,9 ve pamuk ipliği ithalatının ise %25 oranında arttığı görülmektedir (Tablo 3). Sentetik-suni filament ipliklerin ithalatı tüm tekstil ithalatının %20,4'ünü oluşturmakta ve değer olarak 1,5 milyar dolara ulaşmıştır. Sentetik-suni devamsız liflerden iplik ithalatı 545,1 milyon dolar olurken pamuk ipliği ithalatı 475,5 milyon dolar değerindedir.

2015 ve Ocak-Kasım 2016 döneminde ithalat düşüşü görülen dokuma kumaşlarda, tüm alt ürün grupların ithalatında azalma olmuştur. 2016 yılının ilk onbir ayında örme kumaş ithalatı ise %0,5 oranında azalarak 398,6 milyon dolar olmuştur.

Tablo 3: En Fazla İthalat Yapılan Fasıllar (Değer: Bin ABD Doları)

Fasıl No	Fasıl Açıklaması	Yıl			Ocak-Temmuz			Temmuz		
		2014	2015	2016	2016	2017	Değişim (%)	2016	2017	Değişim (%)
552	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	3.022.047	2.264.729	2.297.299	1.543.154	1.817.898	17,8	165.536	326.814	97,4
554	Dokuma ya elverişli suni ve sentetik lifler	2.361.498	2.096.757	2.133.450	1.311.136	1.356.935	3,5	174.534	232.764	33,4
555	Sentetik ve suni devamsız lifler	2.163.669	1.966.222	1.954.144	1.155.952	1.223.576	5,9	162.464	200.855	23,6

Kaynak: RİP (GTB & TÜİK) GTB-RYKGM'den alınmıştır. Rapor Tarihi: 09.08.2017

Not 1) Fasıllar 2016 yılı ithalat büyüklüklerine göre sıralanmıştır. 2) 2016 yılı ve 2017 yılı Ocak-Temmuz aylarına ait veriler Gümrük ve Ticaret Bakanlığı idari kayıtlarından derlenmiş olup geçicidir.

Türk ve Japon tekstil ve hazır giyim sektörü birlikte değerlendirildiğinde ise ticari ve ekonomik ilişkiler bakımından birçok farklılığın olması kaçınılmaz bir durumdur. Bu bakımdan, sektörel bir yaklaşımla ihracatımız incelendiğinde, tekstil ve hazır giyim,

konfeksiyon, ev tekstil ürünleri gibi ürünlerin ihracatımız açısından Japonya pazarında önemli bir potansiyel olduğu görülmektedir. Bu anlamda, Türkiye ile Japonya arasında özellikle tekstil (ev tekstili) alanında işbirliği yapılabileceği düşünülmektedir.

Nitekim Japonya, Asya-Pasifik giyim eşyası perakende sanayi değerinin bir bütün olarak %23,5'ini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, yavaş büyüme oranına rağmen, Japonya hala dünyanın en büyük hazır giyim pazarlarından biri olmaya devam etmekte ve pazarın 2014-2019 arasında ortalama %1,6 büyümesi beklenmektedir (Yoshioka, 2015; Debets, Osawa ve Kano, 2014).

Japonya'daki giyim eşyası ithalatı, 2016 yılının Aralık ayında 101910,81 Japon Yeni Milyardan Ocak ayında 130525,46 Japon Yeni Milyona yükselmiştir. Japonya'da giyim eşyası ithalatının ortalaması 1988'den 2017 yılına kadar 83383,25 Japon Yeni Milyon olarak gerçekleşmiştir (Anonim, 2017).

Tablo 4: Türkiye'nin Japonya ile İthalat ve İhracat Durumu (Milyon Dolar)

Türkiye'nin Japonya ile İthalat ve İhracatı (milyon \$)							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
İhracat	232,8	272,2	296,4	332,2	409,3	375,7	335
İthalat	2.781,9	3.297,8	4.263,7	3.601,5	3.453,2	3.200	3140
Hacim	3.014,8	3.570,0	4.560,1	3.933,7	3.862,5	3.575,7	3475
Denge	-2.549,1	-3.025,6	-3.967,3	-3.269,3	-3.043,9	-2.824,3	-2.805

Kaynak: TÜİK

Türkiye ve Japonya arasındaki ticari ve ekonomik ilişkiler incelendiğinde, başlıca ihracat ürünlerinin tekstil ürünleri (özellikle zemin tekstil ürünleri, halı..) olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin 2015 ve 2016 yıllarında Asya ve Okyanusya ülkelerine yaptığı hazır giyim ihracatında Japonya 4. sırada yer almaktadır.

Tablo 4'de görüldüğü gibi Türkiye'nin Japonya ile ihracat ve ithalat oranları değerlendirildiğinde daha çok ithalata dayalı bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür. Türkiye'den Japonya'ya yapılan ihracat yıllara göre değerlendirildiğinde ise 2013 yılına kadar artarak devam eden bir eğilimin olduğu, 2014 ve 2015 yıllarında ise düşme eğiliminde olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 5'de Türkiye'nin sektörlere göre Ticaret Performans Endeksi verilmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde, Türkiye'nin ihracatının değer artışı (pa. %) sıralamasında tekstil sektöründe 41. hazır giyim sektöründe ise 56.sırada olduğu görülmektedir. Tekstil sektörünün ulusal ihracattaki payı %8, ulusal ithalattaki payı ise %3'dür. Hazır giyim sektörünün ise ulusal ihracattaki payı %11, ulusal ithalattaki payı ise %1'dir.

Pazar yoğunlaşması açısından değerlendirildiğinde, yoğunlaşma oranı arttıkça pazardaki rekabet şansı azalmaktadır. Diğer bir ifadeyle yoğunluk ile rekabet derecesi arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Düşük yoğunlaşma oranı rekabetin derecesinin yüksek olduğunu, yüksek yoğunlaşma oranı ise rekabetin düşük olduğunu veya hiç olmadığını göstermektedir.

Tablo 5: Ticaret Performansı Endeksi (Sektörlere Göre): Türkiye (2016)

			<i>Tekstil ler (Değer)</i>	<i>Tekstil (Sırala ması)</i>	<i>Giyim (Değer)</i>	<i>Giyim (Sırala ma.)</i>
		<i>Göstergenin Açıklaması</i>				

		Göstergenin Açıklaması	Tekstil ler (Değer)	Tekstil (Sırala ması)	Giyim (Değer)	Giyim (Sırala ma.)
	N-	Sektördeki sıralamada ihraç eden ülke sayısı	131		127	
	G 1	İhracatın değeri (bin ABD doları cinsinden)	11610 419		157484 31	
	G 2	İhracatın değer artışı, pa (%)	0%	41	% 1	56
Genel Profil	G 3	Ulusal ihracattaki pay (%)	% 8		% 11	
	G 4	Ulusal ithalatta pay (%)	% 3		% 1	
	G 5	Bağımsız ticaret dengesi (%)	% 30		% 68	
	G 6	Bağıl birim değeri (dünya ortalaması = 1)	0.9		0.8	
	P1	Net ihracat (bin ABD doları cinsinden)	53631 40	5	127877 44	5
	P2	Kişi başı ihracat ABD doları / kişi)	146.0	14	198.1	26
	P3	Dünya pazarında pay (%)	3.98%	6	3.41%	7
2016'da Güncel Dizin için pozisyon	P4 A	Ürün çeşitlendirmesi (eşdeğer ürünlerin N °)	31	20	24	44
	P4 B	Ürün konsantrasyonu (Spread)		20		43
	P5 A	Pazar çeşitliliği (eşdeğer pazarların sayısı)	30	1	14	4
	P5 B	Pazar yoğunlaşması (Yayılmış)		1		4
	C1 -	Dünya pazar payının görece değişimi pa (%)	0.0700 %		- 0,6000 %	
	c1 a	Rekabetçilik etkisi, pa (%)	0,1200 %	56	- 1,2800 %	72

		<i>Göstergenin Açıklaması</i>	<i>Tekstil ler (Değer)</i>	<i>Tekstil (Sırala ması)</i>	<i>Giyim (Değer)</i>	<i>Giyim (Sırala ma.)</i>
Değişim Endeksi için 2012- 2016 değişiklikle ri	C1 b	Başlangıç coğrafi uzmanlaşma, pa (%)	- 1,3900 %	86	1,1500 %	35
	C1 c	Başlangıçtaki ürün uzmanlığı, pa (%)	0.8200 %	36	1,7200 %	32
	C1 d	Adaptasyon etkisi, pa (%)	0,5100 %	53	- 2,2000 %	86
	C2 -	Dünya talebinin dinamikleriyle uyuşma		44		14
	bir	Dünya pazar payının mutlak değişimi (% pa)	0.0028 %	22	- 0,0213 %	113
Grafiklerde ki göstergeler	P	Ortalama Endeks: Mevcut Endeks		4		3
	C	Ortalama Endeks: Değişim Endeksi		4		71

Kaynak: <http://tradecompetitivenessmap.intracen.org/TPIC.aspx>

Pazar yoğunlaşması açısından bakıldığında Koca ve Kaya'nın (2016) çalışmalarında da ifade ettiği gibi özellikle tekstil sektöründe üretim ve tekstil hazır giyim alanında yapılan perakende ve toptan ticaretinde düşük oranda yoğunlaşmanın olması, bu alanlarda yüksek rekabetin olduğu, işletme sayısının fazla olduğu ve aynı zamanda piyasaya giriş engellerinin fazla olmadığı yönünde bir durumu gösterir niteliktedir.

Tekstil sektörünün rekabetçilik etkisi sıralamasında (pa. %) 56, hazır giyim sektörünün ise 72. sırada olduğu görülmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde Türk tekstil ve hazır giyim işletmeleri, dünya markalarına yaptığı taşeronluk, markalaşma, Ar-Ge ve tasarım yeteneği, teknoloji kullanımı, lojistik yapısı, tedarik zinciri yönetimi gibi konularda rekabet edebilecek konumdadırlar.

Tablo 6'da Japonya'nın sektörler göre Ticaret Performans Endeksi verilmiştir.

Tablo 6: Ticaret Performansı Endeksi (Sektörlere Göre): Japonya (2016)

		<i>Göstergenin Açıklaması</i>	<i>Tekstiller (Değer)</i>	<i>Tekstil (Sıralaması)</i>	<i>Giyim (Değer)</i>	<i>Giyim (Sıralamada)</i>
	N-	Sektördeki sıralamada ihrac eden ülke sayısı	131		127	

		Gösterge nin Açıklaması	Tekstiller (Değer)	Tekstil (Sıralaması)	Giyim (Değer)	Giyim (Sıralamada)
	G1	İhracatın değeri (bin ABD doları cinsinden)	7807728		1989618	
	G2	İhracatın değeri artışı, pa (%)	% -1	55	% 13	12
Genel Profil	G3	Ulusal ihracattaki pay (%)	% 1		0%	
	G4	Ulusal ithalatta pay (%)	% 1		% 4	
	G5	Bağımsız ticaret dengesi (%)	% 2		-86%	
	G6	Bağıl birim değeri (dünya ortalaması = 1)	2.4		1.9	
	P1	Net ihracat (bin ABD doları cinsinden)	-463837	90	- 26001559	126
	P2	Kişi başı ihracat ABD doları / kişi)	61.5	35	15.7	79
	P3	Dünya pazarında pay (%)	% 2.68	9	% 0.43	32
2016'da Güncel Dizin için pozisyon	P4A	Ürün çeşitlendirmesi (eşdeğer ürünlerin N °)	22	30	2	121
	P4B	Ürün konsantrasyonu (Spread)		30		119
	P5A	Pazar çeşitliliği (eşdeğer pazarların sayısı)	6	76	3	85
	P5B	Pazar yoğunlaşması (Yayılmış)		72		80
	C1-	Dünya pazar payının görece değişimi pa (%)	-1,3300%		10,5600%	
	c1a	Rekabetçilik etkisi, pa (%)	-0,9800%	65	3,5900%	34

		Gösterge nin Açıklaması	Tekstiller (Değer)	Tekstil (Sıralaması)	Giyim (Değer)	Giyim (Sıralamada)
Değişim Endeksi için 2012-2016 değişiklikleri	C1b	Başlangıç coğrafi uzmanlaşma, pa (%)	0,4900%	32	3,4300%	10
	C1c	Başlangıçtaki ürün uzmanlığı, pa (%)	-0,2300%	72	0,9000%	46
	C1d	Adaptasyon etkisi, pa (%)	-0,6100%	78	2,6400%	15
	C2-	Dünya talebinin dinamikleriyle uyuma		39		60
	bir	Dünya pazar payının mutlak değişimi (% pa)	-0,0381%	122	0.0298%	8
Grafiklerdeki göstergeler	P	Ortalama Endeks: Mevcut Endeks		22		113
	C	Ortalama Endeks: Değişim Endeksi		84		110

Kaynak: <http://tradecompetitivenessmap.intracen.org/TPIC.aspx>

Tablo 6 incelendiğinde, Japonya'nın ihracatının değeri artış (pa. %) sıralamasında tekstil sektöründe 55. hazır giyim sektöründe ise 12. sırada olduğu görülmektedir. Ulusal ihracattaki payı (%) dikkate alındığında tekstil sektörü %1, hazır giyim sektörü %0, ulusal ithalattaki payı dikkate alındığında ise tekstil sektörü %1, hazır giyim sektörü ise %4'lük bir orana sahiptir.

Rekabetçilik etkisi sıralamasında (pa. %) tekstil sektörünün 65, hazır giyim sektörünün ise 34. sırada olduğu görülmektedir.

Japon Ekonomi, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'na göre (2006) Japonya günümüzde tekstil sektörünün gelecekte de önemli bir sanayi kolu olmayı sürdüreceğini öngörerek tekstil sektöründe serbest pazar sistemi içinde yeniden yapılanmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda beş reform alanı belirlenmiştir. Bunlar: Ar-Ge ve yenilikçiliğin geliştirilmesi, Pazar odaklı tasarım, Asya ülkeleri odaklı gelişim, Üretim ve dağıtım sistemlerinin oluşturulması, Yerel işletmelerin ve işletme birleşmelerinin geliştirilmesi, İnsan kaynağının korunması ve geliştirilmesi. Bu süreçte işletme faaliyetlerinin yeterli olmadığı durumlarda merkezi ve yerel yönetimler tarafından işletmeleri destekleyici politikalar uygulaması öngörülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Asya'nın doğu ve batı uçlarında yer alan ve çağdaşlaşma süreçlerini ulusal kimlik ve kültürlerinden ödün vermeksizin geliştiren ve bu anlamda ortak bir paydaya sahip olan Türkiye ile Japonya arasındaki ilişkiler 20. yüzyılın son dönemine kadar uzanmaktadır. Köklü bir geçmişe sahip olan Türk ve Japon tekstil ve hazır giyim sektörü de bu anlamda ülkelerin ekonomik kalkınma süreçlerinde önemli bir yer teşkil etmiştir. İki ülke arasındaki ticari ilişkiler ve aynı zamanda da tekstil ve hazır giyim sektöründe yaşanan tüm gelişmeler iki ülkenin ekonomik gelişimi ve rekabeti açısından oldukça önemlidir.

Özellikle ihracat ve ithalat oranları dikkate alınarak Türk ve Japon tekstil ve hazır giyim sektörlerinin değerlendirildiği bu çalışmada sektörleri etkileyen pek çok faktörün olduğu

sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada genel bir değerlendirme yapıldığında; İhracata yönelik üretimini Japonya dışına ve potansiyel pazarlara yakın bölgelere kaydıran Japon şirketleri, Doğu Asya başta olmak üzere, Avrupa ve Kuzey Amerika'da bu alandaki yatırımlarını arttırmıştır. Ayrıca öncelik verilen bir diğer konu da, yurt içi üretimin güçlendirilmesidir. Bu çerçevede Japon üreticilerin yurt dışı üretimi artırırken, yurt içi üretimi de ihmal etmemeye önem verdiklerini, küresel krizlerden etkilenmemek için yurt dışı ve yurt içi üretimin optimum bir dengesini bulmayı amaçladıklarını göstermektedir.

Türktekil ve hazır giyim sektörü ise dünya ticaretinde de önemli bir yere sahip olduğundan; kur politikalarından, küresel gelişmelerden ve uluslararası ticaret anlaşmalarından oldukça fazla etkilenmektedir. İhracat ağırlıklı çalışan tekstil ve hazır giyim sektörleri için hızlı kur hareketleri risk oluşturmaktadır. Kurların ani çıkışları TL olarak borçlanmayı arttırırken, ani düşüşler ise alacaklar tarafında mali hesapları bozmakta ve zarara neden olmaktadır. Ayrıca düşük kur uluslararası piyasalarda TL olarak ödenen işçilik maliyetleri gibi girdi maliyetlerinin yükselmesine neden olmakta ve rekabet şartlarını zorlamaktadır. Emek yoğun faaliyet gösteren sektörde düşük fiyatlı ürünlerin iç pazara girmesi yerli üreticileri zorlamaktadır. Diğer yandan ihracata yönelik girdi ithalatının küresel rekabet şartlarında temin edilmesi değer zincirinin bir kısmı için önemlidir.

Emeğin bol olduğu Uzak Doğu ülkelerinin sağladığı maliyet avantajı, bu sektörlerde rekabetin şiddetini ve niteliğini de etkilemiştir. Böylesi bir ortamda AB içinde önemli bir pazar payına sahip olan Türkiye'nin, bu payını koruyabilmesi, ancak bu rekabet süreci içinde kalite ve teknoloji, özgün tasarım ve Ar-Ge avantajlarını iyi kullanabilmesi ile mümkün görülmektedir. Kalkınma planları doğrultusunda tekstil ve hazır giyim sektörlerine yönelik çalışmalar başlatılması ve alt komisyonlar kurulması, bu ve benzeri strateji belgeleriyle sektörün gelecek vizyonunu ele alarak eylemler planlanması sektörün rekabet gücünü olumlu yönde etkileyecektir. Bu anlamda değişim ve dönüşümü gerçekleştirerek ayakta kalmak isteyen işletmelerin izleyeceği bazı stratejiler vardır. Bunlar:

- Tasarım stratejilerinde değişim
- Üretim stratejilerinde değişim
- Pazarlama stratejilerinde değişim
- Markalaşma stratejilerinde değişim
- İşbirliği stratejilerinde değişim

Günümüzde teknoloji ve bilişim sistemlerindeki gelişmeler, işletmelerin üretim faaliyetlerini de etkilemekte ve üretimde yeni teknolojiler ve yöntemler kullanılmaktadır. Tepkisel üretim, yalın üretim, çevik üretim gibi adlarla isimlendirilen bu sistemlerin temel amacı, yapılan işin daha iyi nasıl yapılabileceği sorusuna en iyi cevabı bulmaktır. İşletmelerin tasarım yeteneklerinin artırılmasının temel hedefi, ürünlerin katma değerinin yükseltilmesi ve işletmelerin rekabet gücünün artırılmasıdır. Bu anlamda tasarım yönetimi, üretim, kalite ve pazarlama ile doğrudan ilişkilidir ve rekabet gücünü artırıcı, yeni pazarlar kazandırıcı, karlılığı yükseltici bir unsurdur. Tüketiciyi tatmin edecek tarzda özgün ürünler tasarlanmadığı sürece, üretim teknolojisi, finans ve pazarlamadaki başarılar tek başına rekabet için yeterli olmayacaktır. Bu nedenle tekstil ve hazır giyim sektörü için belirtilen unsurların bir bütün olarak ele alınması ulusal ve uluslararası rekabet açısından oldukça önemlidir.

KAYNAKÇA

Anonim.(2017).Imports of clothing in Japan, <https://tradingeconomics.com/japan/imports-of-clothing>.

Au, K. F. & Chan, N.Y. (2003). Theworldtextileandappareltrade: Globalizationversusregionalization, Proceeding of theSeventh International Conference on Global Business andEconomic Development, 1063-1070.

Ateş, M. Y. (2017). Mucizeden duraklamaya Japon ekonomisi: Sonuçlar, sebepler. (Müsteşar, T.C.Tokyo Büyükelçiliği) http://www.mfa.gov.tr/mucizeden-duraklamaya-Japon-ekonomisi_-

sonuclar_-sebepler.tr.mfa

Aydoğdu, G. (2012).Hazır giyim ve konfeksiyon, Araştırma Raporu, 2012 / 02, Çukurova Kalkınma Ajansı.

Çolpan, A. M.(2004).Diversifiedexpansionanddifferentbusinessmodels in theJapanesetextileindustry.*Journal of TextileandApparelTechnologyand Management*, Vol 3.

Debets, F. Osawa, H. Kano, N.(2014).Apparel market in Japan, Importingforretailing in Japan, Webinarfor US

FashionIndustryAssociation,<https://www.usfashionindustry.com/presentations/Webinar-Importing-Retailing-Japan.pdf>

Eraslan, İ. H. Bakan, İ. ve Helvaciođlu Kuyucu, A. D. (2008). Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyinin analizi.İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Vol. 7, Num. 13, s. 265-300, İstanbul.

Gelb, B. A. (2007). Textileandappareltradeissues. CRS reportforcongress.<http://nationalaglawcenter.org/wp-content/uploads/assets/crs/RL31723.pdf>

ILO. (2014).Wagesandworkinghours in the textiles, clothing, leatherandfootwearindustries, GDFTCLI/2014 International LabourOrganizationSectoralActivitiesDepartment, International Labour Office, September, Geneva<http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/>

İř Bankası. (2017). Sektörlerle ilgili 2017 beklentileri,İktisadi Araştırmalar Bölümü, Mart. <http://ekonomi.isbank.com.tr/>

ITC. (2017). Tradeperformanceindex (bySector): Turkeyand Japan (2016) TradeCompetitivenessMap.<http://tradecompetitivenessmap.intracen.org/TPIC.aspx>

İTKİB. (2017). Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 2017 Ocak aylık ihracat bilgi notu. İTKİB Genel Sekreterliđi Hazır giyim ve Konfeksiyon şubesi, şubat. <https://www.ihkib.org.tr/fp-icerik/ia/d/2017/02/20/konfeksiyon-bigli-notu-ocak-2017-201702201512460837-DF5AA.pdf>

İTKİB. (2017). Toplam tekstil ve hammaddeleri sektörü 2017 yılı Temmuz ayı ihracatı performans raporu. Temmuz, Tekstil, Deri ve Halı Ar-Ge şubesi, İTKİB Genel Sekreterliđi, www.ithib.org.tr/.../raporlar/.../ihracat.../2017/Tekstil%20Ihracat%20 10.09.2017

İTKİB. (2016). Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, ihracat performans değerlendirmesi. İTKİB Genel Sekreterliđi Hazır giyim ve Konfeksiyon ARGE şubesi, 2016 Ocak-Aralık,Ocak- Haziran.<https://www.ihkib.org.tr/fp-icerik/ia/d/2017/01/26/konfeksiyon-performans-raporu-ocak-aralik-2016-201701261202160570-2DC60.pdf> 08.09.2017

Keane J.&Velde, D. W.(2008).The role of textileandclothingindustries in growthanddevelopmentstrategies.InvestmentandGrowthProgrammeOverseas Development Institute, May, Odi.

Koca, E. & Kaya, . (2016). Yoğunlaşma erevesinde Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün değerlendirilmesi / Theevaluation of Turkish textileandclothingsector in terms of saturation, *TURKISH STUDIES -International PeriodicalfortheLanguages, LiteratureandHistory of TurkishorTurkic-*, ISSN: 1308-2140, Volume 11/18 Fall 2016,Ankara/Turkey, www.turkishstudies.net, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9987>, p. 135-146.

METI. (2006). Summary of thereport on the "Vision of Japan's textileindustryand ideal policiesfortheindustry". Mart, <http://www.meti.go.jp/english/report/data/gsenivie.html>,

Nordås, H. K. (2004).Theglobaltextileandclothingindustry post theagreement on textilesandclothing.World TradeOrganizationGeneva, Switzerland, https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/discussion_papers5_e.pdf

Rossen, E. I. (2004). The globalization of the US apparelindustry: MakingSweatshops, Berkely, University of California Press.

Tarakciođlu, G. B. (2011).Japonya lke raporu.T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliřtirme Etüd Merkezi, Ankara.

T.C. Ekonomi Bakanlığı.(2016).Hazır giyim sektörü.İhracat Genel Müdürlüğü, Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı, <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-051190>

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Risk Yönetimi ve Kontrol Genel Müdürlüğü.(2017).Dış ticaret verileri.<http://risk.gtb.gov.tr/web/gumruk-istatistikleri/dis-ticaret-verileri>

T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Genel Müdürlüğü.(2017). 2015-2018, Türkiye tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri sektörleri strateji belgesi ve eylem planı.<https://www.sanayi.gov.tr/>

The Japan Apparel-FashionIndustryCouncil (JAFIC). (2017). Creatingdemand&expandingthe market http://www.jafic.org/pdf/jafic_pdf_english.pdf

TÜİK.(2017). Uluslararası seçilmiş göstergeler.www.tuik.gov.tr08.09.2017

Yamazawa, I.(1993).Tradepolicyissues in theAsia-Pacific region: Thecase of thetextileandclothingindustry.Asian-Pacific EconomicLiterature.

Yoshioka, M.&Okamoto, Y.(2015). An introductiontoJapan'scontemporaryyouthapparel market, Overview of Japan'sYouthApparel Market, The U. S. Commercial Service. Erişim Tarihi: 29.05.2017 http://www.buyusa.gov/japan/build/groups/public/@bg_jp/documents/092180.pdf

http://www.mfa.gov.tr/japonya_ekonomisi.tr.mfa

