

Türk Deri Sanayiinin Karşılaştırmalı Üstünlüğü: Seçilmiş Asya Ülkeleri ile Bir Karşılaştırma

Güçgeldi BASHIMOV¹

İşletme Bilim Uzmanı

ÖZET

Son 15 yılda Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatı %35'lik bir artış göstermiştir. Bugün, Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatı yıllık 669 milyon dolara ulaşmış durumdadır. Bu çalışmanın ana amacı 2001-2017 döneminde Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatında seçilmiş Asya ülkeleri (Çin, Hong Kong ve Hindistan) karşısındaki rekabet gücünü belirlemektir. Araştırmada kullanılan veriler Uluslararası Ticaret Merkezi'nden derlenmiştir. Araştırmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler, açıklanmış simetrik karşılaştırmalı üstünlükler ve ticaret dengesi indeksleri kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre Türkiye HS 43 kodlu ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken, HS 41 ve HS 42 kodlu ürün gruplarında ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ticaretindeki uluslararası rekabet gücünün artırılması için üretimde kalite ve tasarıma daha çok önem verilmesi gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: *Deri Sanayisi, Karşılaştırmalı Üstünlük, Rekabet Gücü, Türkiye.*

Jel Sınıflandırması: F1, F10, F14.

¹ Dr. İşletme Bilim Uzmanı. E-posta: guyc55@gmail.com

1. GİRİŞ

Deri, insanoğlunun ihtiyaçlarını gidermek için kullandığı ilk malzemelerden biridir. İlkel çağlarda örtünme amaçlı kullanılırken, daha sonra savaşlarda kın, üzengi ve sadak olarak stratejik önemi olan bir malzeme olmuştur. Deri sektörü üretimi için gerekli hammaddesini hayvancılık sektöründen tedarik etmektedir. Ham deri, et üretiminin yan ürünleri arasında, değer bakımından birinci derecede önemli olan yan üründür (Anonim, 2012). Deri ve deri ürünleri dünya genelinde yaygın olarak kullanılmakta ve küresel ticareti her geçen gün artmaktadır. Bugün dünya deri ve deri ürünlerinin ihracat değeri 100 milyar doları geçmektedir. Dünya deri ve deri ürünleri ihracatında İtalya, Almanya, ABD, Fransa, Çin, Hong Kong, Hindistan ve Brezilya ilk sıralarda yer almaktadır. Özellikle Çin ve Hindistan son yıllarda küresel deri sanayisinin en önemli aktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çin ve Hindistan sahip oldukları kaynaklar ile deri ürünleri üretimi ve ticaretinde önemli potansiyele sahiptir ülkelerdir.

Türkiye’de deri sektörünün köklü bir geçmişi bulunmaktadır. Bununla birlikte dericilik sektörü Cumhuriyetin ilk yıllarında babadan oğula geçen ve lonca karakterini muhafaza eden bir işkolu olarak varlığını devam ettirmiştir. Planlı dönemlerde de dericiliğe önem verilmiş ancak gerek teknik gerekse de finansal güçlükler nedeniyle Avrupa Ülkelerinin gerisinde kalmıştır. 1980’li yıllarda dış ticarete yönelik liberal politikaların uygulamaya konulmasıyla birlikte deri sanayisi gelişmeye başlamıştır. Bilhassa SSCB’nin dağılması ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan sistem değişiklikleri sonucunda bu bölgelere olan deri ve deri ürünleri ticareti önemli düzeyde artmıştır (Günay, 2004). Türkiye, bugün kaliteli deri üretiminde dünyanın en iddialı ülkelerinden biri durumundadır. Özellikle küçükbaş deri işleme bakımından dünyada üretilen derinin önemli bir kısmı Türk deri sektörü tarafından işlenmektedir (Anonim, 2012).

Bu çalışmada Türkiye’nin deri sanayisinin karşılaştırmalı üstünlüğü belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada Türk deri sanayisinin karşılaştırmalı üstünlüğü dünya deri ve deri ürünleri ticaretinde önemli paya sahip ülkeler olan Çin, Hong Kong, Hindistan ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Araştırmada karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı esas alınmıştır. Analiz aşamasında Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Ticaret Dengesi İndeksleri kullanılmıştır.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Bu bölümde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yaklaşımını esas alarak ülkelerin sektörel düzeydeki rekabet gücünü ölçen çalışmalardan bazıları hakkında özet bilgiler sunulmaktadır. Çoban ve Kök (2005). Türkiye tekstil endüstrisinin AB ülkeleriyle karşılaştırmalı analizini yapmıştır. Bu çalışmalarında Balassa’nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) indeksini kullanmışlar ve Türk tekstil sektörünün yüksek rekabet gücüne sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Erlat ve Erlat (2005). SITC teknoloji sınıflandırmasına göre Türkiye’nin AB-15 karşısındaki karşılaştırmalı üstünlüğünü analiz etmişlerdir. Sonuç olarak; Türkiye’nin hammadde ve emek yoğun mallarda uzmanlaştığı, kolay ve zor taklit edilen araştırma yoğun mallarda uzmanlaşmasının çok düşük olduğu tespit edilmiştir.

Eroğlu ve Özdamar (2006). Türk beyaz eşya sanayiinin AB ve dünya ülkeleri karşısındaki rekabet gücü incelenmiştir. Araştırmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Gümrük Birliği sonrasında Türk beyaz eşya sektörünün AB ve dünya ülkeleri karşısındaki karşılaştırmalı üstünlüğünün giderek artış gösterdiği saptanmıştır.

Çeştepe ve Ermiş (2007). Türk seramik sektörünün rekabet gücü bazı indeksler yardımıyla ortaya konulmuştur. Yapılan hesaplamalar sonucunda Türk seramik sektörünün dünya ve AB ile rekabet gücünün olduğu belirlenmiştir. Alt sektörler itibariyle rekabet gücü en yüksek sektörlerin çimento, kireç ve inşaat malzemeleri alt sektörüyle cam ve cam eşya alt sektörü olduğu, mineral mamullerinde ise rekabet gücünün olmadığı tespit edilmiştir.

Utkulu ve İmer (2009). Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün AB karşısındaki rekabet gücünü belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi kullanılmış ve sektörün AB pazarı karşısında rekabetçi bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak bunun zamanla azalmakta olduğu tespit edilmiştir.

Kösekahyaoğlu ve Özdamar (2011). Türkiye, Çin ve Hindistan'ın sektörel rekabet güçleri incelenmiştir. Araştırmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi, İhracat Uzmanlık indeksi ve Karşılaştırmalı İhracat Performans indeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye'nin Çin karşısında emek yoğun ve kolay taklit edilen mallarda dezavantajlı olduğu; Hindistan karşısında ise hammadde ve kolay taklit edilen mallarda dezavantajlı olduğu belirlenmiştir.

Shahab ve Mahmood (2013). Pakistan'ın deri ve deri ürünleri sektörünün uzmanlaşma derecesini seçilmiş Asya ülkeleri (Çin, Hindistan ve İran) ile karşılaştırmalı olarak analiz etmiştir. Araştırma 2002-2009 dönemini kapsamakta olup, verilerin analizi aşamasında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda deri sanayinde Pakistan'ın seçilmiş ülkelere kıyasla daha yüksek rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Bashimov (2014). 1990-2012 dönemi için Türkiye ve Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırmalı analizi yapılmıştır. Araştırmada Balassa'nın AKÜ indeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda her iki ülkenin de tekstil ve hazır giyim sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları belirlenmiştir. Ancak tekstil ve hazır giyim sektöründe Pakistan'ın Türkiye'ye kıyasla daha yüksek bir AKÜ değerine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Islam ve Siddique (2014). Bangladeş'in deri sanayisinin rekabet gücünü Balassa'nın indeksini kullanarak analiz etmişlerdir. Araştırmada Bangladeş deri sanayisinin ihracat performansını Çin, Hindistan ve Pakistan ile karşılaştırmıştır. Araştırma bulgularına göre Bangladeş, Çin, Hindistan ve Pakistan deri ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Ancak incelenen dönemde özellikle Bangladeş, Çin ve Hindistan'ın deri sanayisine ait AKÜ indeks değerinin sürekli gerilediği tespit edilmiştir.

Abtew (2015). Etiyopya deri sanayisinin rekabet gücünü seçilmiş Afrika ülkeleri (Kenya, Mısır ve Tunus) ile karşılaştırmalı olarak analiz etmiştir. Araştırmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda deri ve deri ürünleri

ihracatında Etiyopya'nın seçilmiş ülkeler karşısında daha yüksek rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Şahin (2015). Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü Çin ile karşılaştırmıştır. Araştırmada Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı esas alınmış olup, araştırma 1995-2013 yıllarını kapsamaktadır. Araştırma sonucunda Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sanayinde rekabet gücünün yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ancak Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörüne ait AKÜ indeksinin Çin'e göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Güleç ve Adıgüzel (2016). Türk mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücü incelenmiştir. Bu bağlamda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük yöntemi ile Türk mobilya sektörünün rekabet gücü ölçülmüştür. Sonuç olarak Türkiye'nin mobilya sektöründe rekabet gücünün olduğu tespit edilmiştir. Yapılan SWOT analiz sonucuna göre ise Türk mobilya sektörünün güçlü yönünün coğrafi konum, fırsatın AB'ye olan adaylık, tehdidi kalifiye iş gücü yetersizliği, zayıf yönü devlet desteği olduğu tespit edilmiştir.

3. MATERYAL ve METOT

Çalışmanın verilerini makro düzeydeki ikincil veriler oluşturmaktadır. Çalışmada, Uyumlaştırılmış Mal Tanım ve Kod Sistemi kullanılmıştır. HS 2 haneli ürün sınıflandırması içinde yer alan HS 41 kodlu "Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler", HS 42 kodlu "Deri-saraciyeye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar" ve HS 43 kodlu "Kürkler ve taklit kürkleri" ürün gruplarına ait dış ticaret verileri kullanılmıştır. Dış ticaret verileri Uluslararası Ticaret Merkezi'nin web sitesinden derlenmiştir. Araştırma 2001-2014 dönemini kapsamaktadır.

Türkiye deri sanayiinin karşılaştırmalı üstünlüğünün belirlenmesinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ), Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) ve Ticaret Dengesi İndeksleri (TBI) kullanılmıştır. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi Bela Balassa tarafından geliştirilmiştir. AKÜ indeksi, ülkelerin güçlü ve zayıf ihracatçı sektörlerini belirlemeye yönelik ampirik çalışmalarda kullanılmaktadır (Kaminski ve Ng, 2001:7; Hinlopen ve Marrewijk, 2004: 1). AKÜ yaklaşımında ticaret sonrası verilere dayalı olarak ölçüm yapılmakta ve uluslararası ticaretin ürün bileşiminin ülkeler arasındaki görece maliyetler kadar fiyat dışı faktörleri de yansıttığı varsayılmaktadır. Bu varsayım, ticareti yapan ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlükleri 'açıklamak' amacı ile yapılmaktadır (Eroğlu ve Özdamar, 2006: 96-97). AKÜ indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$AKÜ_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{x_i} \right) / \left(\frac{X_{jw}}{x_w} \right) \quad (3.1)$$

Formül 1'de, AKÜ_{ij} 'i' ülkesinin 'j' sektörü için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksini, X_{ij} 'i' ülkesinin 'j' sektörünün ihracatını, X_i 'i' ülkesinin toplam ihracatını, X_{wj} 'j' sektörü dünya ihracatını ve X_w toplam dünya ihracatını göstermektedir. AKÜ indeksi 0 ile ∞ arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri birden büyükse o ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenir. Başka bir deyişle, o endüstrinin ülkenin toplam ihracatı içindeki payı, dünya ticaretindeki payından daha büyüktür. Eğer indeks değeri birden az ise ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu söylenir (Havrila

and Gunawardana, 2003: 108; Aynagöz Çakmak, 2005: 70). Bununla beraber, eğer $AKÜ > 4$ ise güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük; $2 < AKÜ < 4$ orta derecede karşılaştırmalı üstünlük; $1 < AKÜ < 2$ zayıf bir karşılaştırmalı üstünlük; $0 < AKÜ < 1$ ise karşılaştırmalı dezavantaj söz konusudur (Hinloopen ve Marrewijk, 2001: 13).

Balassa'nın AKÜ indeksi bazı sorunlar içermesine rağmen, ampirik çalışmalarda en çok kullanılan yöntemlerden biridir (Fertö, 2007: 8). Zamanla Balassa'nın AKÜ indeksine alternatif olarak birçok yeni indeksler geliştirilmiştir. Bunlardan biri de Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) indeksidir. Bu indeks aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir:

$$ASKÜ_{ij} = (AKÜ_{ij} - 1) / (AKÜ_{ij} + 1) \quad (3.2)$$

ASKÜ indeksi -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri pozitif ise ülke o üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Eğer indeks değeri negatif ise ülke o ürünün ticaretinde karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir (Dalum ve ark., 1998; Laursen, 1998).

Araştırmada kullanılan bir diğer ölçüt de Ticaret Dengesi İndeksidir (TBI). Lafay (1992) tarafından geliştirilen bu indeks bir ülkenin ilgili üründe net ihracatçı veya net ithalatçı olup olmadığını belirlemek için kullanılmaktadır (Widodo, 2008: 159; Ishchukova ve Smutka, 2013: 16). İndeks şu şekilde formüle edilmiştir:

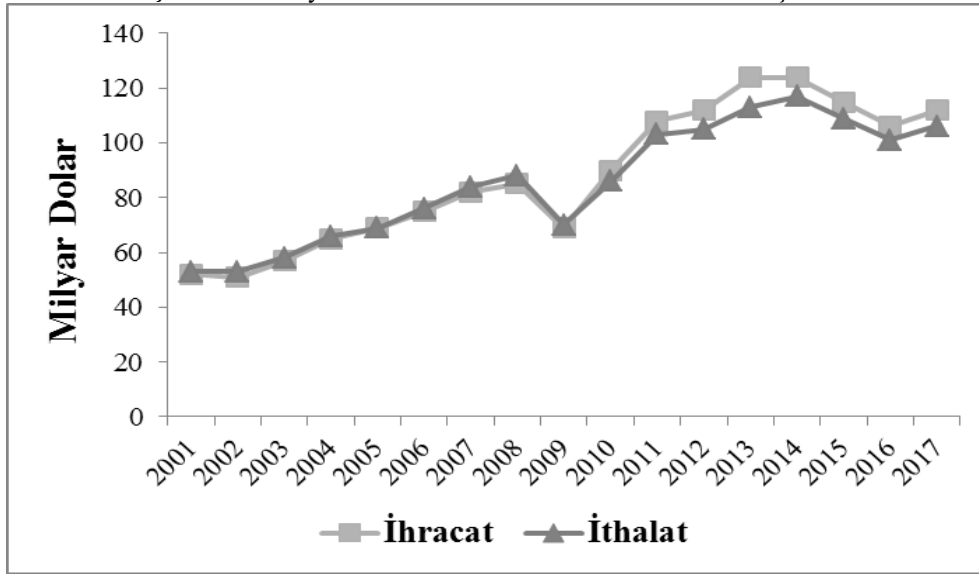
$$TBI_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij}) \quad (3.3)$$

Formül 3'de i ülkeyi, j ürünü, X ihracatı, M ithalatı göstermektedir. TBI indeksi -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri +1 ise ülkenin net ihracatçı konumda olduğu söylenir. Buna karşın eğer indeks değeri -1 ise ülkenin net ithalatçı konumda olduğu söylenir. Eğer indeks değeri 0 ise ülkenin ihracat ve ithalat değerlerinin birbirine eşit olduğu söylenir (Ervani, 2013: 58; Ma, 2013: 138).

4. DÜNYA DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİ TİCARETİ

Deri ve deri ürünleri dünya genelinde en çok ticareti yapılan ürünlerdir. Deri ve deri ürünleri sanayii yıllık 100 milyar dolarlık ihracat değeri ile dünya ekonomisinde önemli rol oynamaktadır (Abteu, 2015). Dünya deri ve deri ürünleri ticareti son 15 yıllık dönemde önemli gelişmeler göstermiştir. Dünya deri ve deri ürünleri ihracatı 2001 yılında 52 milyar dolar iken, 2008 yılında 85 milyar dolara yükselmiştir. Dünya deri ve deri ürünleri ihracatı 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik krizin etkisi ile 2009 yılında % 18,8 geriledikten sonra 2010 yılından itibaren tekrar artmaya başlamış ve 2017 yılında 112 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Dünya deri ve deri ürünleri ithalatı da son yıllarda hızlı bir şekilde artmıştır. 2001-2017 yılları arasında dünya deri ürünleri ithalatı iki kat artış göstermiştir (Intracen, 2019).

Şekil 4.1. Dünya Deri Ve Deri Ürünleri Ticaretindeki Gelişmeler

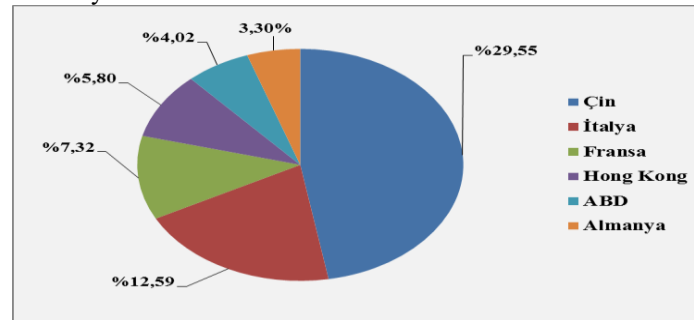


Kaynak: Intracen, 2019

Gelişmiş ülkelerde üretim maliyetlerinin artmasıyla birlikte 1980'li yıllardan itibaren deri ve deri ürünleri üretimi ve ticareti gelişmiş ülkelere doğru kaymıştır. Bununla birlikte İtalya, İspanya, Almanya, Fransa gibi ülkeler kullandıkları ileri teknoloji, yenilikçi tasarımları, kaliteli, markalaşmış, son modayı yansıtan ve yüksek fiyatlı ürün üretmeleri nedeni ile dünya deri piyasasına yön vermektedirler (Anonim, 2012). 2017 yılı itibariyle dünya deri ve deri ürünleri ihracatında İtalya'nın payı %12,59 iken, Fransa'nın %7,32 ve Almanya'nın ise %3,30'dur (Intracen, 2019).

Dünya deri ve deri ürünleri ticaretinde Asya ülkelerinin de önemli rolü bulunmaktadır. Özellikle Çin küresel deri piyasasında büyük rol oynamaktadır. Çin'de yabancı sermayeli teşebbüslerin deri üretimini sürekli artırmaları Çin'i dünyanın en büyük deri üreticilerinden biri konumuna getirmiştir. Bu ülkede kaliteli deri üretimi de son yıllarda hızla artmaktadır. Güney Kore, Tayland, Tayvan gibi ülkelerde düşük iş gücü maliyetlerinin yanı sıra sanayiye sağlanan teşviklerle sektörde büyük gelişmeler kaydedilmiştir. Günümüzde Çin, Hong Kong, Hindistan, Pakistan gibi ülkeler ucuz deri ürünleri üretimleri ile dünya deri ürünleri ihracatında en ön sırada gelmektedirler (Anonim, 2012). 2017 yılında itibariyle küresel deri ve deri ürünleri ihracatında Çin'in payı %29,55 iken, Hong Kong'un payı %5,80 ve Hindistan'ın %2,90'dur (Intracen, 2019). Şekil 2'de dünya deri ve deri ürünleri ihracatında önde gelen ülkelere yer verilmiştir.

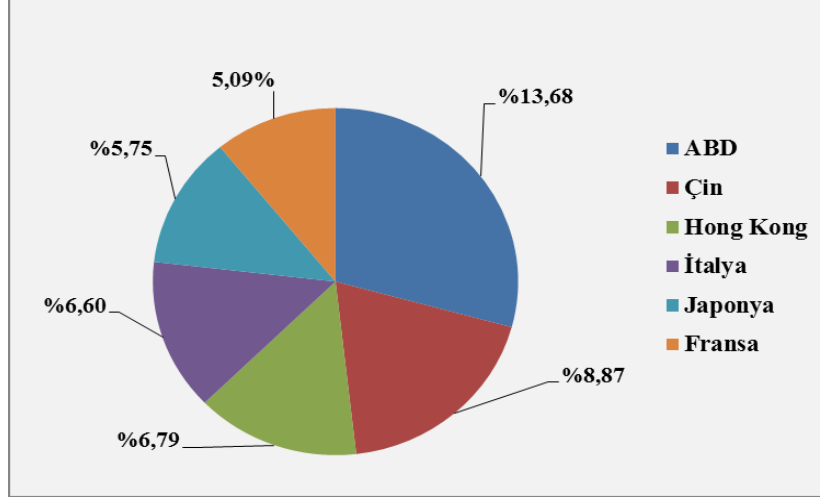
Şekil 4.2. Dünya Deri Ve Deri Ürünleri İhracatında Önde Gelen Ülkeler (2017)



Kaynak: Intracen, 2019

Dünya deri ve deri ürünleri ithalatı 2001 yılında 53 milyar dolar iken, 2008 yılında 88 milyar dolara yükselmiş ve 2009 yılında ise ekonomik krizin etkisiyle birlikte %20,5 azalarak 70 milyar dolara gerilemiştir. Ancak 2010 yılında deri ithalatı %23 oranında artarak 86 milyar dolara ulaşmış ve 2017 yılında da 106 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (Intracen, 2019). Dünya deri ve deri ürünleri ithalatına bakılacak olursa ilk sıralarda ABD, Çin, Hong Kong, İtalya, Japonya ve Fransa yer almaktadır. Dünya deri ve deri ürünleri ithalatında ABD'nin payı %13,68 iken, Çin'in %8,87, Hong Kong'un %6,79, İtalya'nın %6,60, Japonya'nın %5,75 ve Fransa'nın ise %5,09'dur (Şekil 3).

Şekil 4.3. Dünya Deri Ve Deri Ürünleri İthalatında Önde Gelen Ülkeler (2017)



Kaynak: Intracen, 2019

5. TÜRKİYE ve SEÇİLMİŞ ASYA ÜLKELERİNDE DERİ ve DERİ ÜRÜNLERİNİN DIŞ TİCARETİ

Dünya deri ve deri ürünleri ticaretinde Asya Bölgesi önemli pay almaktadır. Özellikle Uzakdoğu Asya ülkeleri küresel deri ticaretinde büyük pay almaktadır. Günümüzde Çin dünya deri ve deri ürünleri ihracatında lider konumdadır. 2001-2017 yılları arasında Çin'in deri ve deri ürünleri ihracatı yaklaşık 3 kat artarak 8,3 milyar dolardan 33 milyar dolara ulaşmıştır. Hong Kong'un deri ve deri ürünleri ihracatı 2001-2017 yılları arasında dalgalı bir seyir izlese de genel olarak yukarı yönlü bir trend söz konusudur. 2001 yılında 7,9 milyar dolar olan ihracat 2012 yılında en yüksek seviyesi olan 10,9 milyar dolara ulaşmış ardından 2017 yılında 6,4 milyar dolara gerilemiştir. Aynı dönemde Hindistan'ın deri ve deri ürünleri ihracatı 1,5 kat artarak 1,3 milyar dolardan 3,3 milyar dolara ulaşmıştır.

Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatı da son yıllarda hızlı bir artış göstermiştir. 2001 yılında deri ve deri ürünleri ihracatı yaklaşık 500 milyon dolar iken, 2008 yılında 714 milyon dolara ulaşmıştır. Küresel krizin etkisi ile birlikte 2009 yılında %23 daralmıştır. İzleyen dönemde ise deri ihracatı tekrar yükselerek 2010 yılında 662 milyon dolara ulaşmıştır. 2017 yılında ise 669 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (Tablo 5.1).

Yıllar	Çin	Hong Kong	Hindistan	Türkiye
2002	9.333	7.545	1.326	512
2004	13.667	9.609	1.697	558
2006	15.381	10.398	1.946	646
2008	18.273	10.267	2.468	714
2010	23.246	9.681	2.237	662
2012	31.739	10.978	3.111	846
2014	35.085	9.929	3.914	894
2016	31.396	6.546	3.266	602
2017	33.138	6.449	3.303	669

Tablo 5.1. Türkiye ve seçilmiş Asya ülkelerinde deri ve deri ürünleri ihracatı (Milyon Dolar)

Kaynak: Intracen verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 5.2. incelendiğinde deri ve deri ürünleri ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatındaki payının zamanla azaldığı görülmektedir. Örneğin 2002 yılında Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatının toplam ihracattaki payı %1,43 iken, bu oran 2017 yılında %0,43'e gerilemiştir. Aynı dönemde Çin, Hong Kong ve Hindistan'ın deri ve deri ürünleri ihracatının toplam ihracattaki payları da gerilemektedir. 2017 yılında deri ve deri ürünlerinin toplam ihracattaki payı Çin'de %1,46 iken, Hong Kong'da %1,17 ve Hindistan'da %1,12'dir.

2002-2017 döneminde dünya deri ve deri ürünleri ihracatında Türkiye ve Hong Kong'un payları sürekli azalmıştır. Söz konusu dönemde Türkiye'nin dünyadaki payı %1'den %0,60'a gerilerken, Hong Kong'un payı %14,71'den %5,80'e gerilemiştir. Buna karşın Çin ve Hindistan'ın payları ise sürekli artmıştır. 2017 yılında dünya deri ve deri ürünleri piyasasında Çin ve Hindistan'ın payları sırasıyla %29,55 ve %2,90 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 5.2).

Yıllar	Çin		Hong Kong		Hindistan		Türkiye	
	Toplam İhracattaki Payı (%)	Dünyadaki Payı (%)	Toplam İhracattaki Payı (%)	Dünyadaki Payı (%)	Toplam İhracattaki Payı (%)	Dünyadaki Payı (%)	Toplam İhracattaki Payı (%)	Dünyadaki Payı (%)
2002	2,87	18,30	3,74	14,71	2,65	2,60	1,43	1,00
2004	2,30	21,03	3,62	14,77	2,24	2,61	0,88	0,86
2006	1,59	20,51	3,22	13,87	1,61	2,59	0,75	0,86
2008	1,28	21,50	2,77	12,12	1,36	2,90	0,54	0,84
2010	1,47	25,83	2,42	10,78	1,01	2,49	0,58	0,74
2012	1,55	28,34	2,23	9,73	1,07	2,78	0,55	0,76
2014	1,50	28,23	1,89	7,98	1,23	3,15	0,57	0,72
2016	1,49	29,54	1,26	6,15	1,25	3,07	0,42	0,57
2017	1,46	29,55	1,17	5,80	1,12	2,90	0,43	0,60

Tablo 5.2. Deri ve deri ürünlerinin toplam ihracat ve dünya ihracatındaki payı

Kaynak: Intracen verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

6. BULGULAR

Bu çalışmada Türk deri sanayiinin karşılaştırmalı üstünlüğü Çin, Hong Kong ve Hindistan ile karşılaştırılmalı olarak analiz edilmiştir. Karşılaştırmalı üstünlüğün belirlenmesinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ), Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) ve Ticaret Dengesi İndeksleri (TBI) kullanılmıştır.

Tablo 6.1'de deri sektöründe ele alınan ülkeler için AKÜ indeks değerleri yer almaktadır. Buna göre 2001-2017 döneminde Türkiye HS 43 kodlu "Kürkler ve taklit kürkleri" ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir (AKÜ>1). HS 42 kodlu "Deri-saraciyeye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar" ürün grubunda 2001-2008 yılları

arasında karşılaştırmalı avantaja sahipken (AKÜ>1), ancak 2009 yılından itibaren rekabet gücünü kaybettiği görülmektedir (AKÜ<1). HS 41 kodlu “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ürün grubunda ise Türkiye’nin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı görülmektedir.

Tablo 6.1’e göre Çin HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken (AKÜ>1), Hong Kong ve Hindistan ise HS 41 kodlu “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ve HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir (AKÜ>1).

Yıllar	Türkiye			Çin			Hong Kong			Hindistan		
	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43
2001	0,58	2,56	4,79	0,90	6,44	2,80	2,99	6,46	5,80	2,76	5,07	0,01
2002	0,53	2,21	5,75	0,84	6,19	2,47	2,95	5,94	5,70	2,88	4,18	0,03
2003	0,52	1,78	4,87	0,81	5,76	3,00	3,53	5,46	6,23	2,70	3,99	0,01
2004	0,46	1,45	3,12	0,81	4,90	4,47	3,87	5,62	6,56	2,71	4,09	0,01
2005	0,46	1,31	2,79	0,80	4,38	4,53	4,06	5,57	6,37	2,49	3,47	0,00
2006	0,49	1,30	3,46	0,75	3,96	2,04	4,10	5,58	6,81	2,45	3,12	0,00
2007	0,49	1,18	3,42	0,42	3,64	1,68	3,69	5,51	7,60	2,41	2,82	0,00
2008	0,50	1,10	2,40	0,15	3,81	1,39	3,46	5,62	8,83	2,56	2,86	0,00
2009	0,54	0,98	2,15	0,12	3,61	2,27	3,18	4,75	7,14	1,88	2,30	0,00
2010	0,51	0,95	2,76	0,13	3,84	2,26	2,86	4,37	6,12	1,79	1,91	0,00
2011	0,57	0,86	3,33	0,13	3,90	2,35	3,10	4,17	5,57	1,87	1,85	0,01
2012	0,60	0,72	2,69	0,12	3,68	2,23	2,87	3,71	5,01	2,12	1,88	0,00
2013	0,69	0,70	2,35	0,11	3,50	2,08	2,49	3,01	4,85	2,10	1,88	0,00
2014	0,74	0,67	2,26	0,12	3,20	2,64	2,37	2,80	4,40	2,20	1,98	0,01
2015	0,69	0,50	1,41	0,16	3,01	2,17	2,20	2,31	3,88	2,26	2,02	0,02
2016	0,78	0,46	1,68	0,18	2,88	3,15	1,88	2,01	0,90	2,11	1,99	0,09
2017	0,90	0,44	1,91	0,18	2,90	3,11	1,74	1,97	0,95	2,01	1,85	0,07

Tablo 6.1. Deri ve deri ürünlerine ait AKÜ indeks değerleri

Kaynak: Intracen verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 6.2’de Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler indeks değerleri yer almaktadır. Buna göre Türkiye’nin HS 43 kodlu ürün grubunda “Kürkler ve taklit kürkleri” ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.

HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün grubunda 2001-2008 yılları arasında karşılaştırmalı avantaja sahipken, ancak 2009 yılından itibaren rekabet gücünü kaybettiği görülmektedir.

HS 41 kodlu “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ürün grubunda ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Tablo 6.2’ye göre Çin HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Hong Kong ve Hindistan ise HS 41 kodlu “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ve HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.

Yıllar	Türkiye			Çin			Hong Kong			Hindistan		
	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43
2001	-0,27	0,44	0,65	-0,05	0,73	0,47	0,50	0,73	0,71	0,47	0,67	-0,98
2002	-0,31	0,38	0,70	-0,09	0,72	0,42	0,49	0,71	0,70	0,48	0,61	-0,94
2003	-0,32	0,28	0,66	-0,11	0,70	0,50	0,56	0,69	0,72	0,46	0,60	-0,99
2004	-0,37	0,19	0,51	-0,11	0,66	0,63	0,59	0,70	0,74	0,46	0,61	-0,99
2005	-0,37	0,14	0,47	-0,11	0,63	0,64	0,60	0,70	0,73	0,43	0,55	-0,99
2006	-0,34	0,13	0,55	-0,15	0,60	0,34	0,61	0,70	0,74	0,42	0,51	-1,00
2007	-0,34	0,08	0,55	-0,41	0,57	0,25	0,57	0,69	0,77	0,41	0,48	-0,99
2008	-0,33	0,05	0,41	-0,73	0,58	0,16	0,55	0,70	0,80	0,44	0,48	-0,99
2009	-0,30	-0,01	0,37	-0,79	0,57	0,39	0,52	0,65	0,75	0,31	0,39	-1,00
2010	-0,33	-0,03	0,47	-0,77	0,59	0,39	0,48	0,63	0,72	0,28	0,31	-1,00
2011	-0,27	-0,08	0,54	-0,77	0,59	0,40	0,51	0,61	0,70	0,30	0,30	-0,99
2012	-0,25	-0,16	0,46	-0,78	0,57	0,38	0,48	0,58	0,67	0,36	0,30	-0,99
2013	-0,19	-0,18	0,40	-0,80	0,56	0,35	0,43	0,50	0,66	0,36	0,31	-0,99
2014	-0,15	-0,20	0,39	-0,78	0,52	0,45	0,41	0,47	0,63	0,37	0,33	-0,98
2015	-0,19	-0,34	0,17	-0,72	0,50	0,37	0,37	0,40	0,59	0,39	0,34	-0,97
2016	-0,12	-0,37	0,25	-0,69	0,48	0,52	0,31	0,34	-0,05	0,36	0,33	-0,84
2017	-0,05	-0,39	0,31	-0,69	0,49	0,51	0,27	0,33	-0,02	0,34	0,30	-0,87

Tablo 6.2. Deri ve deri ürünlerine ait ASKÜ indeks değerleri

Kaynak: Intracen verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 6.3’de Ticaret Dengesi İndeksi değerleri yer almaktadır. Tablo 6.3’e göre Türkiye’nin HS 41 kodlu “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ürün grubunda net ithalatçı ülke olduğu görülmektedir.

HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün grubunda 2001-2005 yılları arasında net ihracatçı konumda iken, 2006 yılından itibaren net ithalatçı ülke konuma düşmüştür. HS 43 kodlu “Kürkler ve taklit kürkleri” ürün grubunda ise net ihracatçı ülke konumundadır.

Çin HS 42 “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ve HS 43 “Kürkler ve taklit kürkleri” kodlu ürün gruplarında net ihracatçı iken, HS 41 kodlu “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ürün grubunda net ithalatçı konumdadır.

Hong Kong HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün grubunda 2001-2013 yılları arasında net ihracatçı konumda iken, 2017 yılında ise net ithalatçı ülke konumundadır. HS 41 “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ve HS 43 kodlu “Kürkler ve taklit kürkleri” ürün gruplarında net ithalatçı konumdadır.

Hindistan ise HS 41 “Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler” ve HS 42 kodlu “Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar” ürün gruplarında ele alınan dönemin tamamında net ihracatçı ülke iken, HS 43 kodlu “Kürkler ve taklit kürkleri” ürün grubunda ise 2015 yılından itibaren net ihracatçı ülke konumundadır.

Yıllar	Türkiye			Çin			Hong Kong			Hindistan		
	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43	HS 41	HS 42	HS 43
2001	-0,72	0,71	0,03	-0,56	0,98	0,45	-0,10	0,12	-0,06	0,37	0,98	-0,55
2002	-0,80	0,63	0,07	-0,54	0,98	0,49	-0,11	0,12	-0,05	0,43	0,98	-0,56
2003	-0,77	0,54	0,17	-0,53	0,97	0,60	-0,09	0,12	-0,07	0,40	0,97	-0,81
2004	-0,74	0,34	0,26	-0,53	0,97	0,71	-0,09	0,12	-0,06	0,40	0,97	-0,72
2005	-0,69	0,09	0,30	-0,51	0,96	0,77	-0,08	0,14	-0,07	0,36	0,95	-0,80
2006	-0,69	-0,01	0,24	-0,52	0,94	0,55	-0,09	0,14	-0,12	0,35	0,93	-0,95
2007	-0,67	-0,07	0,18	-0,67	0,93	0,42	-0,10	0,13	-0,09	0,32	0,91	-0,85
2008	-0,62	-0,09	0,16	-0,87	0,92	0,32	-0,12	0,12	-0,11	0,27	0,89	-0,84
2009	-0,52	-0,02	0,34	-0,90	0,91	0,47	-0,11	0,12	-0,17	0,17	0,88	-0,91
2010	-0,61	-0,05	0,36	-0,87	0,90	0,52	-0,14	0,09	-0,23	0,24	0,83	-0,95
2011	-0,68	-0,07	0,43	-0,88	0,88	0,52	-0,15	0,05	-0,25	0,32	0,81	-0,64
2012	-0,62	-0,08	0,43	-0,88	0,88	0,53	-0,14	0,06	-0,26	0,36	0,78	-0,79
2013	-0,55	-0,13	0,42	-0,89	0,88	0,50	-0,16	0,03	-0,25	0,42	0,80	-0,75
2014	-0,38	-0,13	0,41	-0,87	0,88	0,53	-0,12	0,00	-0,14	0,31	0,79	-0,39
2015	-0,23	-0,20	0,57	-0,84	0,87	0,38	-0,09	0,00	-0,21	0,24	0,77	0,01
2016	-0,11	-0,08	0,62	-0,80	0,85	0,47	-0,07	0,00	-0,35	0,19	0,76	0,61
2017	-0,11	0,00	0,56	-0,80	0,83	0,49	-0,08	-0,01	-0,44	0,18	0,72	0,38

Tablo 6.3. Deri ve deri ürünlerine ait TBI değerleri

Kaynak: Intracen verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

Analiz sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde Türkiye'nin HS 43 kodlu "Kürkler ve taklit kürkler" ürün grubunda, Çin'in HS 42 kodlu "Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar" ve HS 43 kodlu "Kürkler ve taklit kürkler" ürün grubunda, Hong Kong ve Hindistan'ın ise HS 41 kodlu "Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler" ve HS 42 kodlu "Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası vb. mahfazalar" ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları görülmektedir. Araştırma sonucunda dikkat çeken bir diğer husus da deri sektöründe ele alınan ülkelerin rekabet güçlerinin giderek azaldığıdır. Elde edilen sonuçlar daha önce yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Örneğin, Shahab ve Mahmood (2013), Islam ve Siddique (2014) tarafından yapılan çalışmalar sonucunda Çin ve Hindistan'ın dünya deri sektöründeki rekabet güçlerinin zamanla azaldığına yönelik bulgular elde edilmiştir.

6. SONUÇ

Son 15 yıllık dönemde dünya deri ve deri ürünleri ihracatında önemli artışlar görülürken, aynı zamanda yoğun bir rekabet süreci yaşanmaktadır. Özellikle Çin, Hindistan gibi yeni rakiplerin piyasaya girmesi ile birlikte pek çok ülkeler yoğun bir rekabet ile karşı karşıya kalmışlardır. Deri ve deri ürünleri Türk ihraç malları arasında önemli bir kalemi oluşturmaktadır. Türkiye deri ve deri ürünleri üretimi ve ticareti bakımından önemli potansiyele sahip ülkelere biridir. Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatı son 15 yıllık dönemde yukarı yönlü bir seyir izlemiştir. 2001-2017 döneminde Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatı yaklaşık %35 oranında artış göstermiştir. Bugün Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatı 669 milyon dolara ulaşmıştır.

Bu çalışmada Türkiye'nin küresel deri ve deri ürünleri piyasasında rekabet gücüne sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla Türk deri sanayisinin rekabet gücü önemli en büyük ihracatçı ülkeler kategorisinde yer alan Çin, Hong Kong ve Hindistan ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Ticaret Dengesi indekslerinden yararlanılmıştır. Araştırma

sonucunda Türkiye'nin HS 43 kodlu "Kürkler ve taklit kürkler" ürün grubunda incelemeye konu olan dönemin tamamında rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Türkiye'nin söz konusu ürün grubunda net ihracatçı ülke olduğu belirlenmiştir. İncelenen dönemde Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatına ait indeks değerlerinin önemli düzeyde gerilediği tespit edilmiştir. Bu da Türkiye'nin dünya deri ve deri ürünleri piyasasındaki rekabet gücünün son yıllarda zayıfladığına işaret etmektedir. Sektörün küresel piyasadaki rekabet gücünün artırılabilmesi için üretimde AR-GE ve ÜR-GE faaliyetlerine ağırlık verilmesi önem arz etmektedir. Bununla birlikte kaliteli ve özgün üretim ile marka oluşumu teşvik edilmelidir. Günümüz koşullarında rekabet, markalar arasında sürdüğünden deri sektöründe de markalaşma olgusunun da önemi giderek artmaktadır. Türk deri sanayisinin küresel rekabet gücünün artırılması için Türkiye'nin güçlü markalara ihtiyacı bulunmaktadır. Buna ilaveten Türkiye'nin dünya deri ürünleri pazarından aldığı payının artırılabilmesi için ihracatta pazar çeşitlendirmesine gidilmelidir. Böylece rakiplerle mücadelede rekabet avantajı yakalanabilir.

KAYNAKÇA

- Abteu, M.A. (2015). *Revealed Comparative Advantage of Ethiopian Leather Industry with Selected African Economies*. International Journal of Business and Economics Research, 4 (5), 229-237.
- Anonim. (2012). *Deri ve Deri Ürünleri Sektörü Raporu*. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Isparta.
- Aynagöz Çakmak, Ö. (2005). *Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama*. Ege Akademik Bakış Dergisi, 5 (1-2), 65-76.
- Bashimov, G. (2014). *Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Karşılaştırmalı Avantajı: Türkiye ve Pakistan Örneği*. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3 (1), 31-42.
- Çeştepe, H. ve Ermiş, A. (2007). *Türk Seramik Sektörünün Rekabet Gücü (1996-2002)*. Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 12 (1), 127-143.
- Çoban, O. ve Kök, R. (2005). *Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği (1989-2001)*. İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, 20 (228), 68-81.
- Dalum, B., Laursen, K. ve Villumsen, G. (1998). *Structural Change in OECD Export Specialization Patterns: De-specialization and 'Stickiness'*. International Review of Applied Economics, 12, 447-467.
- Erlat, G. ve Erlat, H. (2005). *Do Turkish Exports Have a Comparative Advantage with Respect to the European Union Market, 1990-2000*. Proceedings of the 25th Annual Meeting of Middle East Economic Association, Philadelphia, USA.
- Eroğlu, Ö. ve Özdamar, G. (2006). *Türk İmalat Sanayinin Rekabet Gücü ve Beyaz Eşya Sektörü Üzerine Bir İnceleme*. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 11, 85-104.
- Ervani, E. (2013). *Export and Import Performance of Indonesia's Agriculture Sector*. Journal of Economics and Policy, 6 (1), 54-63.
- Fertö, I. (2007). *The Dynamics of Trade in Central and Eastern European Countries*. Managing Global Transitions, 5 (1), 5-23.
- Güleç, E. ve Adıgüzel, M. (2016). *Türkiye Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün İncelenmesi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü WPS No: 31, İstanbul.

- Günay, D. (2004). *Deri ve Deri İşleme Sanayii Sektörü*. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. SA/04-3-7, Ankara.
- Havrila, I. ve Gunawardana, P. (2003). *Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia's Textile and Clothing Industries*. Australian Economic Papers, 42 (1), 103-117.
- Hinloopen, J. ve Marrewijk, C.V. (2001). *On the Empirical Distribution of the Balassa Index*. Review of World Economics, 137 (1), 1-35.
- Hinloopen, J. ve Marrewijk, C.V. (2004). *Dynamics of Chinese Comparative Advantage*. Tinbergen Institute, Discussion Paper, No: TI 2004-034/2, Rotterdam.
- Intracen, (2019). *International Trade Statistics*. <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/statistics-export-product-country/> (21.01.2019)
- Ishchukova, N. ve Smutka, L. (2013). *Comparative Advantage: Products Mapping of the Russian Agricultural Exports*. Agris on-line Papers in Economics and Informatics, 5 (3), 13-24.
- Islam, S. ve Siddique, P.J. (2014). *Revealed Comparative Advantage of Bangladeshi Leather Industry with Selected Asian Economies*. Journal of Business and Management, 16 (12), 44-51.
- Kaminski, B. ve Ng, F. (2001). *Trade and Product Fragmentation: Central European Economies in European Union Networks of Production and Marketing*. Policy Research Working Paper No: 2611, The World Bank, Washington.
- Kösekahyaoğlu, L. ve Özdamar, G. (2011). *Türkiye, Çin ve Hindistan'ın Sektörel Rekabet Gücü Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme*. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 30 (2), 29-49.
- Laursen, K. (1998). *Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialization*. Danish Research Unit for Industrial Dynamics Working Paper No: 98-30.
- Ma, A.S. (2013). *Revealed Comparative Advantage Measure: ASEAN-China Trade Flows*. Journal of Economics and Sustainable Development, 4 (7), 136-145.
- Shahab, S. ve Mahmood, M.T. (2013). *Comparative Advantage of Leather Industry in Pakistan with Selected Asian Economies*. International Journal of Economics and Financial Issues, 3 (1), 133-139.
- Şahin, D. (2015). *Türkiye ve Çin'in Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücünün Analizi*. Akademik Bakış Dergisi, 47, 155-171.
- Utkulu, U. ve İmer, H. (2009). *Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Gücünün Alt Sektörler Düzeyinde Ölçülmesi*. Rekabet Dergisi, 36, 3-43.
- Widodo, T. (2008). *Shift in Comparative Advantage, Dynamic Market and Purchasing Power Parity in the East Asia*. Doctoral Thesis, Graduate School of Economics Hiroshima University of Economics, Hiroshima, Japan.

Revealed Comparative Advantage of Turkish Leather Industry: A Comparison with Selected Asian Countries

Güçgeldi BASHIMOV

ABSTRACT

In the last 15 years, the export of leather and leather products of Turkey has grown 35 percent. Today, Turkey's leather and leather products exports reached \$669 million a year. The main objective of this study is to determine the competitiveness of Turkey's leather industry against some selected Asian countries (China, Hong Kong and India) during the period 2001-2017. Data has been taken from International Trade Centre. In this study revealed comparative advantage, revealed symmetric comparative advantage and trade balance indexes used. According to research Turkey has a comparative advantage in the HS 43 product group. The other HS 41 and HS 42 products groups have a comparative disadvantage. To improve the international competitiveness of Turkey in leather trade should pay attention to the quality and design in production.

Keywords: *Leather Industry, Comparative Advantage, Competitiveness, Turkey.*

JEL Classification: F1, F10, F14.